



Volume 14 No. 1 Juli 2023

Page 43-58

Received: 21-01-2023
Revised Received: 03-05-2023

Accepted: 03-05-2023
Online Available: 31-07-2023

LIVING RELIGION JURNALIS DI MEDIA LINTAS PLATFORM

LIVING RELIGION OF JOURNALIST ON CROSS-PLATFORM MEDIA

Syaiful Halim^{1, a)} dan Dody S. Truna²

¹Fakultas Hukum dan Sosial, Universitas Mathla'ul Anwar Banten
Jl. Raya Labuan KM 23 Cikaliung, Kec. Saketi, Pandeglang, Banten

² Fakultas Ushuluddin, UIN Sunan Gunung Djati Bandung,
Jl. A.H. Nasution No. 105, Bandung 40614, Indonesia

^{a)} e-mail: syaifulhalim@gmail.com

ABSTRAK

Dalam kurun sepuluh tahun terakhir, media lintas platform bersikeras menjalankan praktik-praktik komodifikasi, dengan menyajikan teks-teks bertema 'agama' yang harus dimaknai sebagai 'politisasi identitas agama'. Para jurnalis memiliki peran besar dalam kegiatan produksi dan distribusi isu-isu yang sesungguhnya berkaitan erat dengan persoalan identitas agama (persisnya, agama Islam, di mana penganut agama ini merupakan mayoritas penduduk negeri ini). Untuk mendeskripsikan keberadaan living religion jurnalis di media lintas platform, penulis melakukan penelitian kualitatif, dengan paradigma konstruktivistik, dan metode penelitian studi kasus. Kesimpulannya, para jurnalis media lintas platform cenderung tidak lagi memerhatikan prinsip-prinsip jurnanisme, etika komunikasi, atau soal kegunaan untuk khalayak, apalagi pengetahuan agama. Hal ini menjadi pembuktian konstribusi media dalam memancang keberadaan agama masyarakat kontemporer melalui praktik-praktik keagamaan yang mencerminkan sikap sekular dan realitas geo-religius.

Kata Kunci: Agama; Jurnalis; Lintas Platform; Living Religion; Masyarakat Kontemporer; Media

ABSTRACT

In the last ten years, cross-platform media have insisted on commodification practices, by presenting texts on the theme of 'religion' which must be interpreted as 'politicization of religious identity'. Journalists have a big role in the production and distribution of issues closely related to matters of religious identity (to be precise, Islam, where adherents of this religion form the majority of the population of this country). To describe the existence of a journalist's living-religion in cross-platform media, the authors conducted qualitative research with a constructivist paradigm and a case study research method. In conclusion, cross-platform media journalists tend to no longer pay attention to journalism principles, communication ethics, or questions of use for audiences, let alone religious knowledge. It proves the media's contribution to establishing religion's existence in contemporary society through religious practices that reflect secular attitudes and geo-religious realities

Keywords: Contemporary Societal Religion; Cross-Platform Media; Journalist; Living Religion

1. Pendahuluan

Pintu gerbang penelitian-penelitian bertemakan agama dan media selama 22 tahun terakhir adalah ketika stasiun berita internasional melalui satelit dan televisi kabel menyiarkan runtuhnya menara kembar *World Trade Centre* (WTC) di New York, Amerika Serikat, pada 11 September 2001. Rakhmani mencatat bahwa peristiwa ini memicu hubungan yang tegang antara Islam dan Barat. Stigma 'terorisme Islam' terus-menerus digambarkan dan dimonetisasi oleh media dunia, hingga memperburuk pemahaman tentang Islam secara salah, sekaligus mengaburkan pemahaman tentang makna keragaman yang juga dikembangkan oleh umat Muslim (Rakhmani 2016).

Stigma buruk tentang Islam yang dianggap antikeanekaragaman, radikalisme, fundamentalis, intoleran, dan sebutan negatif lain, mendapatkan porsi besar di halaman-halaman media cetak dan slot-slot media elektronik. Stigma ini penulis simpulkan

sebagai *post terror* atau teror susulan yang diterima oleh khalayak sebagai dampak peristiwa teror 11/9 di New York, Amerika Serikat. Para jurnalis dari media televisi melakukan reportase dan mengonstruksi teror atau siaran secara *live* peristiwa teror 11/9 menjadi teks-teks televisi dan menghantarkannya ke televisi-televisi milik khalayak. Pada akhirnya, teks televisi yang diterima oleh khalayak ini berubah menjadi *postterror* (terror susulan atau kepanikan warga di luar New York sebagai dampak penerimaan teks-teks televisi) (Halim 2019). Belakangan penulis memahami simpulan atas Model *Postterror* melalui Media Televisi ini sebagai realitas dari kajian yang mempertemukan agama dan media.

Masih terkait peristiwa teror 11/9 di New York, Amerika Serikat, Green dan Searle-Chatterjee (2008) mengamati bahwa wacana agama telah membentuk perubahan besar di dunia dalam dua abad terakhir (Al-Azami 2016). Dalam artian, peristiwa kalam

bagi Negara Adidaya ini juga menjadi cerita buruk bagi dunia Islam. ‘Sukses’ ini berkat keberhasilan media *mainstream* dalam mengonstruksi cerita buruk tentang Islam dan pemeluknya yang diidentikkan sebagai teroris.

Secara umum dapat dikatakan, studi tentang agama dan media mencakup dua kategori besar, *pertama*, mereka melihat isu-isu yang terkait dengan institusi keagamaan formal; *kedua*, mereka melihat hubungan antagonistik antara agama dan media. Lebih jauh lagi Hoover juga memastikan, peristiwa 9/11 menegaskan peran media sebagai pusat dari ‘agama sipil’ baru yang berbasis tentang ‘ritual publik peringatan dan berkabung’. Dalam konteks ini, Lynch dan Mitchell memberikan penekanan pada konsep kunci ‘fenomena keagamaan dalam masyarakat kontemporer yang berimplikasi pada berbagai bentuk media dan praktik budaya’ (Al-Azami 2016).

Konsep kunci ‘agama sipil’ dan ‘fenomena keagamaan dalam masyarakat kontemporer’ menjadi catatan penting dalam konteks kegiatan penelitian ini. Keberadaan media sebagai ‘agama sipil’ ini harus benar-benar dicermati bila dihubungkan dengan pendapat Hoover (1998) bahwa para jurnalis tidak memiliki pengetahuan dan keahlian berdimensi agama yang memadai ketika ia melaporkan sebuah berita (Al-Azami 2016).

Sinisme Hoover diperkuat oleh Buddenbaum (1990), yang mengemukakan, persoalan pelaporan berita yang secara aspek agama dianggap tidak memadai. *Pertama*, etos utama ruang redaksi adalah sekular dan banyak jurnalis memiliki antipati terhadap

agama. *Kedua*, para jurnalis mengartikan realitas agama secara keliru dan hal ini dicirikan bentuk berita yang bersifat kontroversi dan konflik. Bahkan, Biernatzki (2002) menuliskan kesimpulan soal para jurnalis yang mendistorsi realitas agama di mana hal ini merupakan representasi atas interpretasi agama yang buruk (Al-Azami 2016).

Uraian singkat di atas memberikan penegasan soal individu-individu yang bertugas mengonstruksi realitas dalam organisasi media hingga menjadikannya sebagai berita. Bahwa latar belakang para jurnalis yang berasal dari kalangan sekular dan sikap antipati terhadap agama, hingga sangat berpotensi melahirkan berita-berita yang mendistorsi nilai-nilai agama. Dalam konteks ilmu komunikasi, situasi ini sejalan dengan Model Hierarki Keterpengaruh Pamela J. Shoemaker dan Stephen D. Reese yang menempatkan individu-individu dalam industri media dalam pengaruh rutinitas media, organisasi media, ekstra media, dan ideologi (Sudibyo 2009). Faktor individu-individu ini berpotensi besar atas terbentuknya *living religion* (praktik-praktik keagamaan) ala awak media. Efek lanjutan atas keberadaan media dan para jurnalisnya, serta *living religion* ini, terbentuknya agama masyarakat kontemporer—dengan pemahaman *living religion* ala bentukan media; agama sebagai irisan praktik keagamaan dan pasar komersial; agama dalam budaya populer; serta hubungan agama dan media dalam konflik dunia (Al-Azami 2016).

Sebelum terlalu jauh membahas konsep kunci ‘agama sipil’ dan ‘fenomena keagamaan dalam masyarakat kontemporer’, penulis akan menyajikan pengertian agama terlebih dahulu. Menurut Bapak Studi Agama-agama Friedrich Max Müller, agama adalah suatu keadaan mental atau kondisi pikiran yang bebas dari nalar dan pertimbangan sehingga menjadikan manusia mampu memahami Yang Maha Tak Terbatas melalui berbagai nama dan perwujudan (Menzies 2017). Batasan ini menggambarkan sisi historis penemuan manusia atas Yang Maha Tak Terbatas, jauh sebelum manusia memahami konsep keyakinan, paham, atau respons emosional-nya, melalui lembaga bernama agama. Dari sisi lokus, penulis berpendapat, batasan ini lebih menggambarkan situasi pada masyarakat primitif atau masyarakat adat di mana mereka tidak terlalu memahami hal-hal yang membutuhkan pertimbangan secara rasional atau ilmiah. Karena itu, nama dan perwujudan dari *objek* yang dituju pun sebatas wawasan yang dimilikinya—biasanya mereka bermukim di lokasi terpencil dan nyaris tidak terhubung dengan dunia luar. Meski mendapatkan kritik dari banyak ilmuwan, bagi penulis, batasan ini penting disajikan sebagai cara menangkap dimensi lain soal agama.

Setelah menuai kritik, Müller menawarkan batasan lain bahwa agama terbentuk dalam pikiran sebagai sesuatu yang tak tampak yang dapat memengaruhi karakter moral dari seorang manusia (Menzies 2017). Kali ini, Müller menyisipkan dampak atas ‘keadaan mental atau kondisi pikiran yang

bebas dari nalar dan pertimbangan’ seperti ia ungkapkan dalam batasan pertama. Bahwa agama mampu memengaruhi karakter moral dari seorang manusia. Meski demikian, batasan ini pun masih menjadi perdebatan di kalangan ilmuwan.

“Agama adalah sebuah rasa ketergantungan kepada yang tak terbatas,” kata teolog dan filsuf asal Jerman, Friedrich Daniel Ernst Schleiermacher. “Agama adalah pemujaan terhadap kekuatan-kekuatan yang lebih tinggi yang didorong oleh suatu kebutuhan (Menzies 2017).”

Hingga di sini, penulis mencoba merangkum kedua batasan di atas bahwa agama merupakan keadaan mental atau kondisi pikiran yang bebas dari nalar dan pertimbangan, rasa ketergantungan, dan pemujaan, atas Yang Maha Tak Terbatas atau kekuatan-kekuatan tinggi, hingga mampu memengaruhi karakter moral manusia.

Sebelum membahas fenomena agama masyarakat kontemporer, penulis akan terlebih dahulu menyajikan data yang dilaporkan oleh www.adherents.com. Bahwa saat ini ada sekitar 1,1 miliar warga dunia dalam kategori nonreligius, sekular, agnostik, atau ateis, sekaligus menempatkan kategori ini dalam posisi ketiga setelah Kristen (2,1 miliar) dan Islam (1,3 miliar) (Eller 2007). Dalam situs ini, nonreligius, sekular, agnostik, dan ateis, disatukan dalam satu kategori—meski masing-masing memiliki pengertian yang berbeda-beda. Terlebih lagi, untuk pengikut nonreligius dan sekular (yang merasa masih menganut pada salah satu agama). Penulis akan memberikan perhatian penuh kategori terakhir, persisnya sekular.

Masa lalu Eropa adalah masa depan dunia. Asumsi dari kalangan ‘penganut’ kapitalisme, komunisme, dan liberalisme, ini didasarkan pada realitas yang terjadi sejak abad Pencerahan, banyak orang Eropa kehilangan minat pada agama karena agama tidak relevan lagi dalam kehidupan masyarakat, dan pada akhirnya seluruh dunia akan menjadi sekular (Fisher, Mary Pat and Rinehart 2017). Dalam pandangan Karl Marx (1818–1883), asal-usul agama terletak pada kerinduan kaum tertindas sebagai ekspresi untuk mendapatkan kehidupan yang lebih baik dan lebih memuaskan (Fisher, Mary Pat and Rinehart 2017). Sementara Friedrich Wilhelm Nietzsche mengatakan bahwa Tuhan sudah mati; Sigmund Freud menyebutkan bahwa agama merupakan ilusi tanpa masa depan; dan Marx Weber menegaskan bahwa ciri-ciri utama modernisasi adalah rasionalisasi, industrialisasi, birokratisasi, urbanisasi, dan akhirnya sekularisasi (Fisher, Mary Pat and Rinehart 2017).

Pandangan ateistik Marx dan juga para kritikus agama pada masa itu didasarkan pada pemahaman bahwa penderitaan kaum tertindas akibat perbuatan dosa yang dilakukan pada kehidupan sebelumnya atau perbuatan dosa kepada Allah (Fisher, Mary Pat and Rinehart 2017). Menurut penulis, asumsi-asumsi ini merupakan upaya untuk menggeser keberadaan agama yang pada saat itu mulai ajeg di tengah masyarakat setelah banyak orang mengenal, memahami, dan menjadi bagian dari agama-agama besar atau agama-agama langit. Meski demikian, atas nama kapitalisme, komunisme, dan liberalisme, juga

modernisme, kalangan ilmuwan atau tokoh tertentu memperlihatkan lagi realitas terbaru terkait praktik keagamaan, yakni sekular. Maka, ‘sekular’ pun menjadi kata kunci penting dalam pembahasan tentang agama masyarakat kontemporer.

Teolog dan cendekiawan Kristen Martin Marty menjuluki sekularisme sebagai ‘ketidakpercayaan’, persisnya semacam penyimpangan serius atau permanen dari kepercayaan kepada Tuhan (sebagaimana dilambangkan dengan istilah 'Tritunggal') dan dari keyakinan bahwa Tuhan tidak hanya ada tetapi juga bertindak (seperti yang dilambangkan oleh referensi sejarah 'Inkarnasi') (Eller 2007). Lebih daripada ini, Marty juga menunjukkan kata sifat atas orang-orang yang tergolong sekular, yakni tidak percaya, tidak serius, dan lalai (Eller 2007). Menurut penulis, pandangan Marty lebih mengarah pada sikap individu yang tidak percaya, tidak serius, dan lalai, atas keberadaan Tuhan dan agama.

Sementara Profesor Filsafat dari Universitas McGill, Charles Taylor, menjelaskan empat bentuk sekularisme Barat, yakni pertimbangan manusia dalam berbagai bidang kegiatan tidak merujuk kepada Tuhan atau agama apa pun; sikap manusia yang berpaling dari Tuhan dan tidak lagi menjalankan praktik keagamaan; keyakinan manusia atas agama bersifat aksiomatis atau sekadar alternatif; dan konstitusi yang memisahkan antara agama dan negara (Fisher, Mary Pat and Rinehart 2017). Poin pertama, kedua, dan ketiga, merupakan sikap individu

atas agama, sedangkan poin keempat merupakan sikap negara atau pemerintah.

Bagi penulis, kedua batasan tentang sekular di atas sudah memberikan konsep yang jelas. Bahwa sekular merupakan sikap tidak percaya, tidak serius, dan lalai, atas keberadaan Tuhan dan agama, di mana hal ini ditunjukkan dengan praktik kehidupan sosial yang tidak merujuk kepada Tuhan atau agama apa pun dan tidak menjalankan praktik keagamaan; serta sikap negara berupa konstitusi yang memisahkan antara agama dan negara. Bahwa kapitalisme, komunisme, dan liberalisme, juga modernisme, mendorong lahirnya negara dan individu-individu untuk memilih pandangan dan sikap sekular. Selain faktor ini, penulis juga harus mempertimbangkan kecenderungan perubahan situasi sosial, politik, dan budaya, secara global di mana saat ini tidak ada satu agama pun yang mendominasi dunia. Meski secara historis, para pemimpin dari banyak agama menegaskan bahwa agamanya yang terbaik dan satu-satunya pilihan, pada kenyataannya agama-agama baru dan versi baru dari agama-agama lama terus bermunculan, memecah belah, dan memprovokasi gerakan reformasi (Fisher, Mary Pat and Rinehart 2017). Profesor Diana Eck dari Universitas Harvard mendefinisikan situasi ini sebagai ‘realitas geo-religius’, yang menganggap tradisi keagamaan bukanlah kotak-kotak barang yang diwariskan secara utuh dari generasi ke generasi, melainkan sungai iman hidup, dinamis, selalu berubah, menyimpang, menyatu, mengering di sini, dan menyirami lahan baru di sana. Kita semua bertetangga di suatu tempat, minoritas

di suatu tempat, dan mayoritas di suatu tempat (Fisher, Mary Pat and Rinehart 2017).

Selain memberikan pemakluman atas keberadaan individu-individu atau negara yang memilih bersikap sekular, pandangan Eck memberikan gambaran soal tatanan kehidupan beragama bernama realitas geo-religius, yakni penerimaan atas keberadaan pengikut agama minoritas di tengah pengikut agama mayoritas. Penulis memaknai situasi ini sebagai sikap untuk menjaga keberadaan agama dan praktik keagamaan bagi para pemeluknya, sekaligus sikap untuk mengabaikan keberadaan individu-individu atau negara yang memilih bersikap sekular. Artinya, meski kapitalisme, komunisme, dan liberalisme, juga modernisme, memayungi keberadaan dunia yang sudah mengglobal, para warga dunia juga tetap harus menerima realitas individu-individu atau negara yang memilih bersikap beragama. Fisher dan Rinehart berpendapat, orang-orang dari agama yang lebih mapan berjuang untuk menemukan keseimbangan antara kebebasan beragama untuk semua dan ancaman yang mereka rasakan dari minoritas agama terhadap nilai-nilai tradisional, adat istiadat, dan rasa identitas nasional mereka (Fisher, Mary Pat and Rinehart 2017). Dengan demikian, realitas geo-religius merupakan upaya menjaga keberadaan agama dan praktik keagamaan bagi para pemeluknya, penerimaan atas keberadaan pengikut agama minoritas di tengah pengikut agama mayoritas, serta sikap untuk mengabaikan keberadaan individu-individu atau negara yang memilih bersikap sekular.

Uraian tentang fenomena keagamaan dalam masyarakat kontemporer di atas, bagi penulis, merupakan gerbang untuk melanjutkan penelitian-penelitian bertemakan agama dan media dalam konteks Indonesia. Sebelum ini, penulis juga mendapati limpahan data terkait penelitian bertema peristiwa teror 9/11 di New York, Amerika Serikat, yang disajikan berbagai media *mainstream* di Indonesia. Dalam kurun sepuluh tahun terakhir, kata kunci ‘agama’ ini telah berganti ke arah wilayah politik, dengan menyoroti pada individu tertentu atau ormas Islam tertentu yang dilabelkan radikal, intoleran, dan pelaku ‘politik identitas’ (Halim 2023). Intinya, media lintas *platform* bersikeras menjalankan praktik-praktik komodifikasi, dengan menyajikan teks-teks bertema ‘agama’ yang harus dimaknai sebagai ‘politikasi identitas agama’.

Bahwa rutinitas media lintas *platform* diawali dari ruang redaksi di mana para jurnalis menyusun *agenda setting*, yang menempatkan isu-isu bernuansa agama sebagai tema program. Dalam konteks ini, para jurnalis ini memiliki peran besar dalam kegiatan produksi dan distribusi isu-isu yang sesungguhnya berkaitan erat dengan persoalan identitas agama (persisnya, agama Islam, di mana penganut agama ini merupakan mayoritas penduduk negeri ini), yang secara otomatis berpotensi memberikan stigma buruk terhadap Islam dan kaum Muslim. Ironisnya, teks-teks ini diproduksi oleh para jurnalis yang sebagian besar Muslim.

Terkait kebutuhan penelitian ini, penulis memilih para jurnalis yang

memproduksi program *talk show* bertema isu-isu agama di sebuah media lintas *platform* di Jakarta sebagai subjek penelitian. Bahwa yang dimaksud media lintas *platform* adalah stasiun televisi yang memproduksi program *talk show* bertemakan isu-isu agama dan mendistribusikannya melalui frekuensi teresterial dan media sosial. Untuk mendeskripsikan keberadaan *living religion* jurnalis di media lintas *platform*, penulis melakukan penelitian kualitatif, dengan paradigma konstruktivistik, dan metode penelitian studi kasus.

2. Metodologi Penelitian

Stake (2005) memandang bahwa studi kasus bukanlah metodologi, melainkan pilihan tentang sesuatu yang hendak dipelajari (kasus dalam sistem terbatas, yang dibatasi waktu dan tempat) (Creswell 2014). Sebaliknya dengan Robert K. Yin. Menurutnya, studi kasus adalah salah satu penelitian ilmu sosial yang digunakan dalam upaya menjawab pertanyaan *how* atau *why*, dengan situasi peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki dan fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) dalam konteks kehidupan nyata (Yin 2014).

Upaya menjawab pertanyaan *how* atau *why* adalah karakter penelitian dengan pendekatan kualitatif. Pernyataan ini, menurut penulis, memberikan penegasan bahwa studi kasus merupakan metode dalam penelitian kualitatif. Sedangkan konsep kunci ‘sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki dan fokus penelitiannya

terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) dalam konteks kehidupan nyata' mengindikasikan karakter tema-tema penelitian dari studi kasus, yakni fenomena kontemporer dalam rentang waktu tertentu (karena, peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol fenomena).

Pemikiran Yin di atas diamini oleh John W. Creswell (mengutip pendapat Denzin dan Lincoln, 2005; Merriam, 1998; dan Yin, 2009) bahwa studi kasus merupakan strategi penelitian, metodologi, atau strategi riset komprehensif (Creswell 2014). Lengkapnya Creswell menulis, penelitian studi kasus adalah pendekatan kualitatif di mana penelitiannya mengeksplorasi kehidupan nyata, sistem terbatas kontemporer (*kasus*) atau beragam sistem terbatas (berbagai kasus) melalui pengumpulan data yang detail dan mendalam, yang melibatkan beragam sumber informasi atau *sumber informasi majemuk* (misalnya pengamatan, wawancara, bahan *audio-visual*, serta dokumen dan berbagai laporan), dan melaporkan *deskripsi kasus* dan *tema kasus* (Creswell 2014).

Batasan yang dikemukakan oleh Creswell (juga dengan memerhatikan batasan yang disampaikan oleh Yin), bagi penulis, sudah membuktikan keberadaan studi kasus sebagai metode penelitian. Bahkan, Creswell merinci karakter metode penelitian secara rinci, yakni metode penelitian dalam penelitian dengan pendekatan kualitatif; tema-tema penelitian berupa fenomena kontemporer berupa kasus atau berbagai kasus; teknik pengumpulan data berupa pengamatan, wawancara, serta analisis atas bahan *audio-*

visual, dokumen, dan berbagai laporan; luaran penelitian berupa deskripsi kasus dan tema kasus.

Meski dipandang sebagai metode penelitian yang 'lemah, studi kasus banyak dipergunakan dalam kegiatan penelitian bidang psikologi, sosiologi, ilmu politik, antropologi, sejarah, ekonomi, juga ilmu komunikasi. Fokus studi kasus adalah spesifikasi kasus dalam suatu kejadian, baik yang mencakup individu, kelompok budaya, atau suatu potret kehidupan (Creswell 2014). Lebih jauh, Creswell juga menjelaskan tipe-tipe studi kasus, yakni studi kasus instrumental tunggal (peneliti memfokuskan pada suatu isu atau persoalan), studi kasus kolektif atau majemuk (peneliti memfokuskan pada suatu isu atau persoalan, tapi ia memilih beragam studi kasus untuk mengilustrasikan isu atau persoalan), dan studi kasus intristik (peneliti memfokuskan pada kasusnya sendiri karena kasusnya terbilang unik) (Creswell 2014).

Dengan demikian dapat disimpulkan, studi kasus merupakan metode penelitian dalam penelitian dengan pendekatan kualitatif; tema-tema penelitian berupa fenomena kontemporer berupa kasus atau berbagai kasus; teknik pengumpulan data berupa pengamatan, wawancara, serta analisis atas bahan *audio-visual*, dokumen, dan berbagai laporan; luaran penelitian berupa deskripsi kasus dan tema kasus. Sementara tipe-tipe penelitian dalam metode ini berupa studi kasus instrumental tunggal, studi kasus kolektif atau majemuk, dan studi kasus intristik.

Dengan metode penelitian ini, penulis akan menjalankan tahap-tahap pelaksanaan

penelitian di ruang redaksi media lintas *platform*, untuk menjaring data melalui serangkaian kegiatan pengamatan (observasi partisipan), wawancara mendalam, serta analisis atas bahan *audio-visual*, dokumen, dan berbagai laporan. Pada tahap akhir, penulis akan mendeskripsikan seluruh *field note* dan transkrip wawancara mendalam terkait *living religion* para jurnalis yang memproduksi program *talks show* bertema isu-isu agama sebagai luaran penelitian.

3. Hasil dan Pembahasan

Media lintas *platform* yang menjadi objek penelitian berpusat di Kawasan Industri Pulogadung, Jakarta Timur. Dulunya tempat ini merupakan pabrik roti. Karakter ‘pabrik roti’ praktis tidak lepas dari penampakan pusat kegiatan media ini—mirip gedung-gedung lain di kawasan industri ini. Yang pasti, jelas *key informan*, di tempat ini seluruh kegiatan penyiaran kegiatan dilakukan seraya memperlihatkan fungsi lantai satu dan lantai dua gedung-gedung yang dijadikan pusat kegiatan. “Yang paling hebat, kantor kami punya masjid, ya bisa menampung sekitar 200 orang jamaah, di mana tempat ini tidak pernah sepi. Kegiatan salat berjamaah benar-benar terlihat pada lima waktu salat dan *ba'da Dhuhr* atau *Ashar* kerap diselingi pengajian semacam kultum,” tambahnya.

Waktu salat Dhuhr dan Ashar adalah kesempatan seluruh karyawan berkumpul dan bersilaturahmi satu sama lain seraya menjalin hubungan vertikal dengan Yang Maha Pencipta. Meski tidak selalu penuh, *key informan* meyakini, paling tidak dua atau

tiga baris *makmum* terpenuhi (masing-masing 15 orang). Bahkan, katanya, ketika salat Subuh pun masjid masih mendapatkan satu baris *makmum*. “Sekitar 15% dari mereka masih menyempatkan diri salat *sunnah qobliah* dan *ba'diah*, juga berdzikir secara sendiri-sendiri. Umumnya sih teman-teman dari Divisi HRD dan Teknik, kalau teman-teman dari Divisi Pemberitaan rata-rata belum seperti itu,” tambahnya.

Pada momen seperti salat Jumat, masjid yang tidak terbilang besar tersebut senantiasa dipenuhi oleh jamaah. Bahkan, segenap pimpinan, termasuk dari jajaran komisar, pun ikut menjadi bagian dari jamaah. Ikatan kekerabatan dari kalangan Muslim di tempat ini terlihat jelas. Di tempat ini juga, para karyawan disekat-sekat terkait divisi, departemen, dan kompetensi, membaur menjadi satu, tanpa memboyong identitas terkait latar belakang apa pun. Lebih daripada itu, gedung utama yang terdiri atas dua lantai di kompleks ini pun menyediakan ruang yang tidak terlalu besar sebagai tempat ibadah bagi kaum Muslim.

“Ukuran musalanya dua kali dari ruang rias (biasanya hanya ada meja rias, lemari, dan perlengkapan tata rias). Cukup untuk diisi oleh sepuluh jamaah, ya bisa untuk salat berjamaah secara bergantian,” kata *key informan* seraya mengisyaratkan bahwa musala lebih sering digunakan oleh para jurnalis yang dikejar-kejar *deadline*. Di ruang redaksi, *deadline* mirip *alarm* pengingat bahwa pekerjaan harus segera dikerjakan karena akan segera didistribusikan kepada khalayak selekas-lekasnya.

Di ruang redaksi paling tidak berpenghuni sekitar 100 orang jurnalis dan staf redaksi, dengan berbagai latar belakang, kompetensi, dan identitas termasuk identitas agama. Bahwa di ruang ini, umumnya mereka memahami konsep jurnalisme yang diimplementasikan dalam rupa kegiatan jurnalistik televisi di atas rata-rata. Latar belakang ini sangat bisa dimaklumi mengingat kegiatan jurnalistik sangat tertumpu pada wawasan dan pengetahuan jurnalisme, selain kompetensi-komptensi penunjang lainnya.

“Beberapa di antara teman-teman di redaksi juga ada yang lulusan pesantren dan memiliki pengetahuan agama yang di atas rata-rata,” jelas *key informan*. “Di sela-sela kegiatan di ruang redaksi, kadang kami juga berbincang-bincang soal agama. Rujukannya, ya teman yang sudah ustadz itu. Tapi, kadang-kadang saja sih.”

Menurut *key informan*, kesibukan dan ketatnya *deadline* membuat ruang redaksi lebih disemarakkan diskusi atau perbincangan seputar konten-konten yang segera diproduksi dan didistribusikan ke hadapan khalayak. Entah dalam forum semacam rapat proyeksi, rapat *budgeting*, rapat evaluasi, atau obrolan warung di ruang *breakout*. Suasana yang terfokus pada pekerjaan, tanpa diselingi diskusi-diskusi lain, membuat para awak redaksi pun nyaris tidak pernah mendiskusikan hal-hal yang substansif terkait tema program yang digarap, apalagi persoalan agama.

“Rapat proyeksi hanyalah membahas tema-tema apa yang sekiranya menarik perhatian publik, ramai diperbincangkan, dan berpotensi berkontribusi atas *rating* dan *share*.

Itu intinya,” tegas *key informan*. “Jadi, kami *nggak* sempat mendalami fenomena yang dijadikan program laksana bikin skripsi atau tesis.”

Key informan juga menjelaskan, program *talk show* di stasiunnya dikelola oleh tim kecil terdiri atas manajer, produser eksekutif, produser, asisten produser, dan *host* program. “Jumlahnya relatif kecil dan tim ini juga yang menggarap program *talk show* lain,” tambahnya.

Rincian pekerjaannya, pada rapat proyeksi tim redaksi memutuskan tema program dan narasumber yang akan dihadirkan. Unsur ‘menarik perhatian publik, ramai diperbincangkan, dan berpotensi berkontribusi atas *rating* dan *share*’ (pada akhirnya, termasuk juga jumlah *subscriber*, *viewer*, *like*, *comment*, pengunduh konten, hingga membagikan konten), menjadi perhatian tim ini, termasuk ketika mempertimbangkan narasumber-narasumber yang akan diundang. Dalam rapat ini, mereka juga mengarahkan *host* untuk memainkan jurus komodifikasi.

“Kecuali kalau *host*-nya pimpinan tertinggi. Beliau kan pimpinan dan sangat-sangat senior dibandingkan kami, maka tidak ada satu pun yang berani mengarahkannya,” jelas *key informan*.

Usai rapat proyeksi, alur kegiatan berlanjut pada persiapan produksi, seperti menghubungi seluruh narasumber, menyiapkan materi-materi yang akan didiskusikan, dan memastikan kesiapan tim teknis. Setelah itu, tim redaksi akan berkoordinasi dengan bidang lain terkait produksi dan pendistribusian

konten yang telah diproduksi. Dalam beberapa hari, mereka akan mendapatkan laporan *rating* dan *share* atas program yang digarapnya dalam kalkulasi menit per menit (termasuk mendapati data terkait peningkatan jumlah *subscriber*, *viewer*, *like*, *comment*, pengunduh konten, hingga membagikan konten (*share*). Artinya, mereka akan bisa mendapatkan realitas: masalah mana yang paling diminati oleh khalayak, perdebatan mana yang paling diminati oleh khalayak, kericuhan mana yang paling diminati oleh khalayak, atau gaya *host* atau narasumber mana yang paling diminati oleh khalayak. Lembaran laporan riset media televisi dan media sosial inilah yang menjadi bahan evaluasi pada rapat evaluasi, sekaligus menjadi acuan dalam memperhitungkan tema-tema program untuk episode mendatang. Dengan rutinitas media semacam inilah tim redaksi memproduksi dan mendistribusikan teks-teks bertemakan isu-isu agama. “Sejujurnya, mereka tidak memiliki waktu yang cukup untuk memahami persoalan ini yang sesungguhnya. Jangan berharap ada diskusi yang intens, untuk penajaman pemahaman atas teori-teori tentang agama,” kata *key informan*.

Dalam situasi dikejar-kejar *deadline* untuk selesainya mendapat narasumber dan berbagai persiapan, mereka, seperti juga para jurnalis di tempat mana pun, tidak pernah menjadikan pengetahuan agama sebagai bahan pertimbangan. Pengetahuan agama hanyalah ruang kecil di pojokan ruang redaksi yang tidak pernah ditautkan dengan perencanaan dan evaluasi teks-teks yang akan atau telah diproduksi dan didistribusikan. “Saya *nggak*

pernah mendengar persoalan agama disebut-sebut dalam rapat-rapat di ruang redaksi. Termasuk, memperhitungkan dampak yang terjadi pada umat atau konten-konten yang kami buat,” jelas *key informan*.

Lebih jauh lagi, *key informan* bercerita, ketika mereka merancang, memproduksi, dan mendistribusikan konten-konten ini pun tidak terlalu memerhatikan prinsip-prinsip jurnanisme, etika komunikasi, atau soal kegunaan untuk khalayak. “Pokoknya, kami memenuhi syarat berimbang, kalau ada narasumber dari kubu A, maka harus ada narasumber yang berseberangan dari kubu B. Nah, mereka itu yang dibenturkan di studio, prinsipnya sekadar ramai. Jadi, *nggak* penting juga narasumber yang mencerdaskan atau semacamnya. Pokoknya, kami *nggak* disemprit oleh KPI,” tambahnya.

Hebatnya, kata *key informan*, di ruang redaksi para jurnalis sama sama lain tidak pernah mempermasalah identitas agama. “Meski jurnalis dari Muslim tergolong mayoritas, para jurnalis dari kalangan Katolik, Protestan, Syiah, atau yang terang-terangan mengaku sekular dan agnostik pun tidak pernah dipermasalahkan. Kami rukun-rukun saja,” paparnya.

Kesimpulan atas seluruh deskripsi dan analisis data penelitian di atas sebagai berikut:

- a. perusahaan menyediakan masjid dan musala untuk kegiatan ibadah umat Islam (agama yang dianut oleh mayoritas awak di media ini);
- b. praktik keagamaan diperlihatkan seluruh awak media, termasuk para

- jurnal, dengan mengikuti kegiatan ibadah di masjid atau musala;
- c. praktik keagamaan para jurnalis di ruang redaksi cenderung dilakukan sekadarnya, tanpa mencoba melengkapinya dengan salat sunnah atau dzikir;
 - d. rutinitas media membuat para jurnalis yang menggarap program *talk show* tidak memiliki banyak waktu untuk mendalami konsep terkait tema program, apalagi menjadikan pengetahuan agama sebagai referensi;
 - e. para jurnalis yang menggarap program *talk show* tidak terlalu memerhatikan prinsip-prinsip jurnanisme, etika komunikasi, atau soal kegunaan untuk khalayak, selain aspek menarik perhatian publik, ramai diperbincangkan, dan berpotensi berkontribusi atas *rating* dan *share*, serta peningkatan jumlah *subscriber*, *viewer*, *like*, *comment*, pengunduh konten, hingga membagikan konten (*share*).

Bahwa kegiatan di ruang redaksi diawali dari penyusunan *agenda setting* yang menempatkan isu-isu bernuansa agama sebagai tema program. Dalam konteks ini, para jurnalis di ruang redaksi memiliki peran besar dalam kegiatan produksi dan distribusi isu-isu ini. Bahwa teks-teks ini berkaitan erat dengan persoalan identitas agama (persisnya, agama Islam, di mana penganut agama ini merupakan mayoritas penduduk negeri ini), yang secara otomatis berpotensi memberikan stigma buruk terhadap Islam dan kaum Muslim. Ironisnya,

teks-teks ini diproduksi oleh para jurnalis yang sebagian besar Muslim.

Bahwa ruang redaksi merupakan wilayah multikultural di mana warganya terdiri atas individu-individu dengan berbagai kompetensi dan identitas, termasuk identitas agama dan tingkat ketaatannya. Seperti juga pada umumnya masyarakat di Indonesia, para jurnalis di ruang redaksi pun mengklaim memiliki identitas agama, baik menurut penegasan secara verbal maupun pencatatan di kolom kartu tanda penduduknya. Sementara dari sisi praktik ibadah (secara Islam), ada jurnalis yang rajin beribadah ketika waktu salat tiba (meski mereka masih malu disebut Muslim yang saleh), ada jurnalis yang malas beribadah (meski mereka tak mau disebut Muslim yang tak religius), tapi ada juga jurnalis yang terang-terangan menyebut dirinya sekular. Meski demikian, kehidupan multikultural ini berlangsung dengan harmonis. Karena antara jurnalis yang satu dan jurnalis yang lain tidak pernah saling mempersalahkan *living religion* atau praktik keagamaan-nya satu sama lain.

Bila ditelisik dari tingkat pengetahuan keagamaan, sebagian besar jurnalis di ruang redaksi berasal dari perguruan tinggi non-Islam (dengan pengetahuan agama yang bervariasi, termasuk yang belajar agama sekadarnya semaca kecil); tapi ada juga jurnalis yang jebolan pesantren atau perguruan tinggi Islam (dengan pengetahuan agama yang di atas rata-rata, tapi jumlahnya tidak banyak). Dari kalkulasi sederhana ini, bisa dikatakan, ruang redaksi lebih didominasi oleh jurnalis yang tidak memiliki pengetahuan agama Islam

yang memadai dibandingkan jurnalis yang memiliki pengetahuan agama yang memadai.

Dari sekian banyak jurnalis yang multikultural tadi, mereka dipilih-pilah lagi menurut departemennya dan program-program yang diasuhnya. Misalnya, program *talk show* dikelola oleh enam jurnalis yang berperan sebagai manajer, produser eksekutif, produser, asisten produser, juga *host* program. Kelompok kecil inilah yang mendesain isu-isu bernuansa agama. Artinya, desain program ini pun tertumpu pada latar belakang dan kompetensi dari para jurnalis di kelompok kecil ini, termasuk wawasan dan pengetahuannya tentang isu-isu bernuansa agama. Wawasan dan pengetahuan tentang isu-isu bernuansa agama yang memadai merupakan salah satu faktor yang memengaruhi para jurnalis dalam menyusun *agenda setting* hingga menjadi teks-teks isu-isu bernuansa agama—dalam hal ini, etos di ruang redaksi atau faktor individu dan faktor ideologi dalam Model Hierarki Keterpengaruhan. Di luar ini, para jurnalis juga akan dikepong faktor rutinitas media, organisasi, dan ekstra media.

Mari kita diskusi keterkaitan Model Hierarki Keterpengaruhan dengan deskripsi dan analisis data penelitian. Bila ditelisik dari faktor individu, penulis akan mendapati keanekaragaman latar belakang dan kompetensi, termasuk di antaranya pemahaman atas isu-isu bernuansa agama. Artinya, gap atau kesenjangan terkait tingkat pengetahuan dan kompetensi ini pun berpotensi memunculkan masalah. Terlebih lagi, bila kita susuri lebih dalam bahwa

kompetensi utama di ruang redaksi adalah prinsip jurnalisme dan praktik-praktik jurnalistik televisi.

Bagi kalangan jurnalis tertentu, pemahaman akan prinsip jurnalisme ini membuatnya menempatkan jurnalisme laksana agama. Pada tahap ini, menurut penulis, faktor ideologi yang berlandaskan prinsip jurnalisme menjadi lebih dominan dalam memengaruhi individu tersebut. Sangat wajar bila ada asumsi bahwa sesungguhnya agama para jurnalis adalah jurnalisme, karena referensi hidupnya lebih disandarkan pada jurnalisme dibandingkan agama (terlebih lagi dalam konteks kegiatan jurnalistik).

Di ruang redaksi penulis menemukan realitas ‘praktik keagamaan para jurnalis di ruang redaksi cenderung dilakukan sekadarnya, tanpa mencoba melengkapinya dengan salat sunnah atau dzikir’, menjadi pembuktian, bagaimana kualitas *living religion* para jurnalis di tempat ini. Artinya, faktor ideologi berdasarkan agama cenderung tidak terlalu kuat, sehingga sangat berpotensi untuk tidak menjadikan wawasan agama sebagai referensi. Dalam situasi seperti ini, asumsinya faktor ideologi berdasarkan jurnalismelah yang dominan.

Kenyataannya, hal ini pun tidak terjadi—perhatikan poin ‘rutinitas media membuat para jurnalis yang menggarap program *talk show* tidak terlalu memerhatikan prinsip-prinsip jurnalisme, etika komunikasi, atau soal kegunaan untuk khalayak, selain aspek menarik perhatian publik, ramai diperbincangkan, dan berpotensi berkontribusi atas *rating* dan *share*’, serta jumlah *subscriber*,

viewer, like, comment, pengunduh konten, hingga membagikan konten (*share*). Artinya, faktor ideologi yang dimaksud dalam konteks ini adalah prinsip-prinsip komodifikasi, yang merupakan representasi keberadaan faktor organisasi dan ekstra media. Selain itu, sesungguhnya kendali utama atas persoalan ini adalah faktor rutinitas media.

Selain ‘membuat para jurnalis yang menggarap program *talk show* tidak terlalu memerhatikan prinsip-prinsip jurnanisme, etika komunikasi, atau soal kegunaan untuk khalayak, selain aspek menarik perhatian publik, ramai diperbincangkan, dan berpotensi berkontribusi atas *rating* dan *share* (serta jumlah *subscriber, viewer, like, comment*, pengunduh konten, hingga membagikan konten)’, rutinitas media juga membuat para jurnalis yang menggarap program *talk show* ‘tidak memiliki banyak waktu untuk mendalami konsep terkait tema program, apalagi menjadikan pengetahuan agama sebagai referensi’. Artinya, jadwal kerja dan rutinitas yang ketat membuat para jurnalis cenderung tidak memiliki ruang dan waktu yang memadai, untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan tentang permasalahan tema program, selain sekadar data berbasis internet berupa *trend* pemberitaan terkait tema program.

Karena itu, sangat wajar bila perayaan isu-isu bernuansa agama ini berlangsung dengan sempurna. Atas nama komodifikasi, sangat wajar pula bila Hoover mempertanyakan tingkat pengetahuan dan keahlian para jurnalis tentang dimensi agama; Buddenbaum mempersoalkan etos utama

ruang redaksi yang sekular dan sikap para jurnalis yang bersikap antipati terhadap agama; dan Biernatzki menuduh para jurnalis cenderung mendistorsi realitas demi sensasionalitas. Sekali lagi, ini adalah hakikat dari praktik komodifikasi di ruang redaksi yang multikultural.

Atmosfir ‘ruang redaksi yang multikultural’ di atas, bagi penulis, membuktikan suasana kehidupan beragama yang khas masyarakat kontemporer di mana hal ini ditandai praktik-praktik sekularisme dan realitas geo-religius. Sekularisme merupakan sikap individu yang tidak percaya, tidak serius, dan lalai, atas keberadaan Tuhan dan agama, serta praktik kehidupan sosialnya yang tidak merujuk kepada Tuhan atau agama apa pun dan tidak menjalankan praktik keagamaan. Sementara realitas geo-religius adalah upaya menjaga keberadaan agama dan praktik keagamaan bagi para pemeluknya, penerimaan atas keberadaan pengikut agama minoritas di tengah pengikut agama mayoritas, serta sikap untuk mengabaikan keberadaan individu-individu yang memilih bersikap sekular.

Bahwa ruang redaksi yang multikultural menjaga dan memfasilitasi praktik keagamaan bagi para pemeluk agama mayoritas, menerima keberadaan pengikut agama minoritas dan individu-individu yang memilih bersikap sekular. Di ruang redaksi yang multikultural tidak ada sekat-sekat yang memisahkan antara individu-individu yang memeluk agama Islam atau individu-individu yang memeluk agama non-Islam, tidak ada dinding-dinding yang memisahkan antara

individu-individu yang memilih sekular atau individu-individu yang memilih non-sekular, serta tidak ada tembok penghalang yang memisahkan antara individu-individu yang memilih agnostik atau individu-individu yang memilih non-agnostik.

4. Simpulan dan Saran

Atas nama prinsip komodifikasi, para jurnalis media lintas *platform* cenderung tidak lagi memerhatikan prinsip-prinsip jurnanisme, etika komunikasi, atau soal kegunaan untuk khalayak, apalagi pengetahuan agama. Padahal, luaran pekerjaan para jurnalis ini sangat berhubungan dengan persoalan keyakinan yang bersifat primordial dan sangat berpotensi memecah belah bangsa. Atau, sedikitnya menggugang nurani pribadinya, yang secara psikologis, berhubungan erat dengan agama yang dianut oleh dirinya dan mayoritas penduduk negeri ini.

Dalam situasi ini, mereka seakan ‘dikondisikan’ bertoleransi terhadap keyakinannya sendiri seraya menghembuskan ‘paham baru’nya ke hadapan khalayak (sekaligus melengkapi keberlimpahan informasi yang cenderung banal). Dalam konteks penelitian ini, kesimpulan ini juga menjadi pembuktian kontribusi media dalam memancang keberadaan agama masyarakat kontemporer melalui praktik-praktik keagamaan (*living religion*) yang mencerminkan sikap sekular dan realitas geo-religius. Realitas ini juga membuktikan bahwa media lintas *platform* menyediakan ruang besar bagi semua pemeluk agama untuk hidup berdampingan secara harmonis, termasuk

kalangan pemeluk agama yang cenderung sekular.

Para jurnalis yang sebagian besar Muslim sangat mentolerir keberadaan pemeluk agama lain, kalangan sekular, kalangan agnostik, termasuk *living religion* dari masing-masing kalangan. Sikap ‘toleransi’ atas persoalan *living religion* ini seiring-sejalan dengan sikap ‘toleransi’ mereka atas isu-isu agama sebatas politisasi identitas agama individu atau ormas Islam yang dilabelkan radikal, intoleran, dan pelaku ‘politik identitas’. Realitas semacam ini pula yang kini dipersembahkan ke hadapan khalayak media lintas *platform*.

Bagian akhir penelitian pun mendorong penulis untuk memahami kembali pengertian agama paling dasar, yakni agama sebagai keadaan mental atau kondisi pikiran yang bebas dari nalar dan pertimbangan, rasa ketergantungan, dan pemujaan, atas Yang Maha Tak Terbatas atau kekuatan-kekuatan tinggi, hingga mampu memengaruhi karakter moral manusia. Realitasnya, para pengikut agama dalam konteks penelitian ini telah melewati batasan ini, sebaliknya, dengan kesadarannya, mereka memeluk agama tertentu, menjadi bergantung dan memuja Yang Maha Tak Terbatas atau kekuatan-kekuatan tinggi yang disebut Tuhan Yang Maha Esa, menghadirkan karakter moral yang lebih baik, serta tanpa dimbuhi keadaan mental atau kondisi pikiran yang bebas dari nalar dan pertimbangan. Di tengah keyakinan dan keteguhan akan keajegan konsep agama ini, industri kultur juga tengah berpesta-pora merayakan cara hidup masyarakat modern

melalui keberadaan agama masyarakat kontemporer-nya.

Pada bagian ini, tibalah penulis pada batasan agama terbaru, yakni kesadaran manusia untuk memeluk agama tertentu, menjadi bergantung dan memuja kepada Tuhan Yang Maha Esa, menghadirkan karakter moral yang lebih baik, termasuk menerima keberadaan realitas geo-religius dan sekularisme. Dengan kekuatan hegemoni, ekonomi politik media, dan komodifikasi media, sesungguhnya para jurnalis di ruang redaksi media lintas *platform* juga menghantarkan pemahaman ini kepada khalayak melalui pesawat televisi atau telepon seluler, nyaris tanpa henti.

Daftar Pustaka

- Al-Azami, Salman. 2016. *Religion in the Media: A Linguistic Analysis*. New York: Palgrave Macmillan.
- Creswell, John W. 2014. *Penelitian Kualitatif Dan Desain Riset: Memilih Di Antara Lima Pendekatan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Eller, Jack David. 2007. *Introducing Anthropology of Religion: Culture to the Ultimate*. New York: Routledge.
- Fisher, Mary Pat and Rinehart, Robin. 2017. *Living Religions*. London: Laurence King Publishing.
- Green, Nile, and Mary Searle-Chatterjee. 2008. *Religion, Language, and Power*. 1st editio. New York: Routledge. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780203926857>.
- Halim, Syaiful. 2019. *Reportase: Panduan Praktis Reportase Untuk Media Televisi*. 1st ed. Jakarta: PrenadaMedia Group.
- . 2023. *Postkomodifikasi Politik Identitas: Kajian Studi Agama-Agama Atas Media Lintas Platform*. Depok:

RajaGrafindo Persada.

- Menzies, Allan. 2017. *Sejarah Agama Agama: Studi Sejarah, Karakteristik Dan Praktik Agama-Agama Besar Di Dunia*. Yogyakarta: Forum.
- Rakhmani, Inaya. 2016. *Mainstreaming Islam in Indonesia: Television, Identity, and the Middle Class*. New York: Palgrave Macmillan.
- Sudibyo, Agus. 2009. *Politik Media Dan Pertarungan Wacana*. Edited by Nurul Huda SA. 4th ed. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta.
- Yin, Robert K. 2014. *Studi Kasus: Desain Dan Metode*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.