

## **ABSTRAK**

**AISYAH MAULIDAWATI : PENERAPAN JURNALISME PROFETIK OLEH THEASIANPARENT INDONESIA (Studi Analisis Isi Kualitatif pada Produk Jurnalistik theAsianparent Indonesia)**

Produk jurnalistik merupakan hasil dari proses pencarian informasi yang kemudian diolah menjadi sebuah karya yang dapat dinikmati oleh khalayak baik berupa berita ataupun opini. Dalam pembuatan produk jurnalistik harus memakai etika yang disebut dengan etika jurnalistik. Maka dari itu, jurnalisme profetik hadir dengan berlandaskan empat strategi dakwah yang sesuai dengan etika jurnalistik yaitu tabligh (menyampaikan), amanah (terpercaya), fatanah (cerdas), dan sidiq (kebenaran).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah media theAsianparent Indonesia yang berlatar belakang bukan media yang berlandaskan keagamaan pun bisa menerapkan jurnalisme profetik dalam pembuatan produk jurnalistiknya. Selain itu juga, untuk mengetahui bagaimana penerapan dari jurnalisme profetik yang dilakukan oleh media theAsianparent Indonesia dalam pembuatan produk jurnalistiknya.

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi dan pendekatan kualitatif. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konstruktivisme. Dan teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan cara observasi, wawancara dan studi kepustakaan. Untuk mendukung penelitian ini, peneliti menggunakan model jurnalisme profetik.

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa media theAsianparent Indonesia menerapkan jurnalisme profetik yang dilandasi oleh empat strategi dakwah yaitu tabligh (menyampaikan), amanah (terpercaya), fatanah (cerdas), dan sidiq (kebenaran). Dapat dikatakan tabligh, karena media theAsianparent Indonesia telah menyampaikan berita atau informasi dengan berbagai cara kepada khalayak dengan sebaik mungkin melalui berbagai platform. Dapat dikatakan amanah, karena media theAsianparent Indonesia menggunakan narasumber dan pegawai media yang expert di bidangnya seperti dokter yang bekerja sebagai medical writer. Dapat dikatakan fatanah, karena media theAsianparent Indonesia dapat memanfaatkan teknologi sebaik mungkin dan dapat memanfaatkan kejadian-kejadian yang sedang ramai diperbincangkan menjadi sebuah ide dan peluang baru untuk dijadikan sebagai isu. Dapat dikatakan sidiq, karena media theAsianparent Indonesia menyajikan berita atau informasi yang bersifat faktual dan menghindari hoax. Karena mereka sangat memerhatikan produk jurnalistik yang dibuat seperti melakukan riset terlebih dahulu dan wawancara dengan narasumber yang terpercaya untuk mendapatkan informasi yang akurat. Jadi, produk jurnalistik dari media theAsianparent Indonesia dapat dikatakan sejalan dengan empat strategi dakwah kenabian, walaupun media tersebut bukan media islam.

**Kata Kunci: Jurnalisme Profetik, Etika Jurnalistik, Strategi Dakwah Kenabian**

## ABSTRACT

**AISYAH MAULIDAWATI: APPLICATION OF PROFETIC JOURNALISM BY THEASIANPARENT INDONESIA (Qualitative Analysis Method Study on theAsianparent Indonesia's Journalistic Products)**

In the manufacture of journalistic products must use ethics called journalistic ethics. Therefore, prophetic journalism comes based on four da'wah strategies that are in accordance with journalistic ethics, namely tabligh (deliver), amanah (trusted), fatah (intelligent), and sidiq (truth).

This study aims to determine whether theAsianparent Indonesian media with a non-religious background can also apply prophetic journalism in the manufacture of their journalistic products. In addition, to find out how the application of prophetic journalism carried out by theAsianparent Indonesia media in the manufacture of journalistic products.

This study uses a content analysis method and a qualitative approach. The paradigm used in this research is constructivism. And the data collection technique is done by means of observation, interviews and literature study. To support this research, the researcher uses prophetic journalism model.

Based on the results of the research, it shows that theAsianparent Indonesia media applies prophetic journalism based on four da'wah strategies, namely tabligh (deliver), amanah (trusted), fatah (intelligent), and sidiq (truth). It can be said tabligh, because theAsianparent Indonesia media has conveyed news or information in various ways to the public in the best possible way through various platforms. It can be said to be trustworthy, because theAsianparent Indonesia media uses resource persons and media employees who are experts in their fields, such as doctors who work as medical writers. It can be said that it is fatal, because theAsianparent Indonesia media can make the best use of technology and can take advantage of events that are currently being discussed into new ideas and opportunities to become issues. It can be said sidiq, because theAsianparent Indonesia media presents factual news or information and avoids hoaxes. Because they really pay attention to journalistic products that are made, such as doing research first and interviewing trusted sources to get accurate information. So, the journalistic products of theAsianparent Indonesia media can be said to be in line with the four prophetic da'wah strategies, although the media is not Islamic media.

**Keywords:** Prophetic Journalism, Journalistic Ethics, Prophetic Da'wah Strategy.