

Research Article

**Implementation of Sharia Communication Ethics by the
Production and Creative Teams for the Sport Today Program**

Syahadat Kurnia Fajar

Universitas Islam 45 Bekasi

E-mail: kurniafajarsyahadat@gmail.com

Siti Khadijah

Universitas Islam 45 Bekasi

E-mail: siti_khadijah@unismabekasi.ac.id

Copyright © 2026 by Authors, Published by Aimmah: Social Sciences Journal

Received : June 29, 2026

Revised : July 30, 2026

Accepted : August 22, 2026

Available online : August 31, 2026

How to Cite: Syahadat Kurnia Fajar, & Siti Khadijah. (2026). Implementation of Sharia Communication Ethics by the Production and Creative Teams for the Sport Today Program. Aimmah: Social Sciences Journal, 2(4), 179–185. <https://doi.org/10.63738/aimmah.v2i4.46>

Abstract

This study aims to analyze the implementation of Sharia communication ethics in the production processes of the Sport Today and Live Studio MotoGP programs at MNC Channels. The research employs a descriptive qualitative approach using a case study method. Data were collected through observation during an internship, documentation (specifically program scripts), and a literature review concerning Islamic communication ethics and broadcasting media. Data analysis was conducted through the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results indicate that Sharia communication ethics principles have been applied in the program production process, particularly the principle of qaulan sadidan (truthful and accurate speech) through the verification of information from official sources prior to broadcast. Furthermore, the principles of qaulan balighan (effective and impactful speech) and qaulan maysura (gentle and easy-to-understand speech) are reflected in the drafting of scripts that are informative, communicative, and accessible to the audience. However, the application of the qaulan ma'rufan principle (kind and appropriate speech) faces challenges due to media industry demands that encourage the use of dramatic and sensational language to enhance program appeal. Production deadline pressures also hinder the optimization of the information verification process. The study concludes that Sharia communication ethics values remain relevant and applicable to sports program production in modern broadcasting media. Implementing Islamic communication principles can foster content that is not only

engaging and informative but also socially and morally responsible. Therefore, a stronger commitment from media practitioners and broadcasting institutions is required to sustainably integrate Sharia communication ethics values into the content production process.

Keywords: Sharia Communication Ethics, Islamic Communication, Broadcasting Media, Sport Today, MNC Channels.

Implementasi Etika Komunikasi Syariah oleh Tim Production dan Creative pada Program Sport Today

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi etika komunikasi syariah dalam proses produksi program Sport Today dan Live Studio Moto GP di MNC Channels. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi selama kegiatan magang, dokumentasi berupa skrip program, serta studi pustaka yang relevan dengan etika komunikasi Islam dan media penyiaran. Analisis data dilakukan melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip-prinsip etika komunikasi syariah telah diterapkan dalam proses produksi program, khususnya pada aspek qaulan sadidan melalui verifikasi informasi dari sumber resmi sebelum tayang. Selain itu, prinsip qaulan balighan dan qaulan maysura juga tercermin dalam penyusunan naskah yang informatif, komunikatif, dan mudah dipahami oleh audiens. Namun, penerapan prinsip qaulan ma'rufan masih menghadapi tantangan akibat tuntutan industri media yang mendorong penggunaan bahasa yang lebih dramatis dan sensasional untuk meningkatkan daya tarik program. Tekanan tenggat waktu produksi juga menjadi kendala dalam optimalisasi proses verifikasi informasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa nilai-nilai etika komunikasi syariah tetap relevan dan dapat diterapkan dalam produksi program olahraga di media penyiaran modern. Implementasi prinsip-prinsip komunikasi Islam dapat mendukung terciptanya konten yang tidak hanya menarik dan informatif, tetapi juga bertanggung jawab secara sosial dan moral. Oleh karena itu, diperlukan komitmen yang lebih kuat dari praktisi media dan institusi penyiaran untuk mengintegrasikan nilai-nilai etika komunikasi syariah dalam proses produksi konten secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Etika Komunikasi Syariah, Komunikasi Islam, Media Penyiaran, Sport Today, MNC Channels.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan dalam industri media penyiaran. Kemajuan teknologi digital memungkinkan masyarakat memperoleh berbagai informasi secara cepat dan mudah melalui berbagai platform media, baik televisi, media daring, maupun media sosial. Di tengah arus informasi yang semakin deras, media penyiaran tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga memiliki peran penting sebagai penyedia informasi, edukasi, dan pembentuk opini publik. Oleh karena itu, media dituntut untuk menjalankan fungsi komunikasinya secara profesional dengan tetap memperhatikan aspek etika dalam setiap proses produksi dan penyebaran informasi.

Dalam praktiknya, persaingan industri media yang semakin ketat mendorong setiap lembaga penyiaran untuk menghadirkan konten yang menarik perhatian audiens. Tuntutan untuk memperoleh jumlah penonton yang tinggi sering kali membuat media mengutamakan kecepatan, sensasi, dan nilai hiburan dibandingkan dengan aspek etika dalam penyampaian informasi. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan berbagai permasalahan, seperti penyebaran informasi yang kurang akurat, penggunaan bahasa yang berlebihan, serta pemberitaan yang dapat merugikan pihak tertentu. Oleh karena itu, penerapan etika komunikasi menjadi hal yang sangat penting dalam menjaga kualitas dan kredibilitas media penyiaran.

Dalam perspektif Islam, komunikasi merupakan aktivitas yang memiliki nilai ibadah dan tanggung jawab moral. Islam mengajarkan bahwa setiap informasi yang disampaikan harus didasarkan pada kebenaran, kejujuran, serta mempertimbangkan dampaknya terhadap masyarakat. Prinsip-prinsip komunikasi Islam yang terdapat dalam Al-Qur'an, seperti qaulan sadidan (perkataan yang benar), qaulan balighan (perkataan yang efektif), qaulan ma'rufan (perkataan yang baik), dan qaulan maysura (perkataan yang mudah dipahami), menjadi pedoman bagi umat Islam dalam melakukan komunikasi di berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam dunia media dan penyiaran. Penerapan prinsip-prinsip tersebut diharapkan mampu menciptakan komunikasi yang tidak hanya informatif, tetapi juga beretika dan memberikan manfaat bagi masyarakat.

Salah satu bentuk media penyiaran yang memiliki pengaruh besar terhadap masyarakat adalah program olahraga. Program olahraga tidak hanya menyajikan informasi mengenai hasil pertandingan dan perkembangan atlet, tetapi juga menghadirkan analisis, komentar, serta berbagai bentuk hiburan yang berkaitan dengan dunia olahraga. Karakteristik program olahraga yang dinamis dan kompetitif sering kali mendorong penggunaan bahasa yang dramatis untuk meningkatkan daya tarik penonton. Dalam kondisi tersebut, penerapan etika komunikasi menjadi tantangan tersendiri karena media harus mampu menjaga keseimbangan antara kebutuhan industri dan tanggung jawab moral dalam penyampaian informasi.

MNC Channels sebagai salah satu perusahaan media penyiaran di Indonesia memiliki berbagai program olahraga yang ditayangkan secara rutin, di antaranya Sport Today dan Live Studio Moto GP. Program Sport Today berfokus pada penyajian berita dan informasi olahraga dari berbagai cabang olahraga, sedangkan Live Studio Moto GP menyajikan ulasan, analisis, dan pembahasan seputar ajang balap MotoGP yang disiarkan secara langsung maupun rekaman. Dalam proses produksinya, kedua program tersebut melibatkan berbagai tahapan mulai dari pencarian informasi, penyusunan naskah, proses editorial, hingga penayangan kepada publik. Setiap tahapan tersebut memerlukan penerapan prinsip-prinsip komunikasi yang baik agar informasi yang disampaikan tetap akurat, objektif, dan tidak menimbulkan kesalahpahaman di kalangan audiens.

Selama melaksanakan kegiatan magang di divisi produksi MNC Channels, penulis memperoleh kesempatan untuk terlibat langsung dalam proses penyusunan skrip program Sport Today dan Live Studio Moto GP. Pengalaman tersebut memberikan gambaran nyata mengenai bagaimana proses produksi media dilakukan serta bagaimana nilai-nilai etika komunikasi diterapkan dalam praktik kerja sehari-hari. Penulis menemukan bahwa terdapat berbagai upaya yang dilakukan oleh tim produksi untuk menjaga kualitas informasi, seperti verifikasi data dari sumber resmi, penyuntingan bahasa, serta penyesuaian isi naskah agar sesuai dengan standar penyiaran. Namun demikian, penulis juga menemukan adanya berbagai tantangan yang muncul akibat tuntutan kecepatan produksi, kebutuhan pasar, dan persaingan media yang semakin kompetitif.

Berdasarkan pengamatan tersebut, menarik untuk dikaji lebih lanjut bagaimana implementasi etika komunikasi syariah dalam proses produksi program Sport Today dan Live Studio Moto GP. Kajian ini menjadi penting karena media memiliki peran strategis dalam membentuk pola pikir dan perilaku masyarakat. Apabila prinsip-prinsip etika komunikasi syariah dapat diterapkan secara optimal dalam produksi media, maka informasi yang dihasilkan tidak hanya berkualitas secara jurnalistik, tetapi juga memiliki nilai moral yang dapat memberikan manfaat bagi masyarakat luas.

Selain itu, penelitian mengenai etika komunikasi syariah dalam program olahraga masih relatif terbatas dibandingkan dengan kajian komunikasi Islam pada bidang dakwah, jurnalistik, maupun pemberitaan umum. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian komunikasi dan penyiaran Islam, khususnya yang berkaitan dengan implementasi nilai-nilai etika syariah dalam industri media olahraga. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan referensi bagi praktisi media dalam mengembangkan proses produksi yang lebih profesional, bertanggung jawab, dan sesuai dengan prinsip-prinsip komunikasi Islam.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Metode kualitatif dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman mendalam mengenai implementasi etika komunikasi syariah dalam proses produksi program Sport Today dan Live Studio Moto GP di MNC Channels. Pendekatan studi kasus digunakan untuk mengkaji secara rinci fenomena penerapan nilai-nilai etika komunikasi Islam dalam lingkungan kerja media penyiaran yang menjadi lokasi magang penulis.

Penelitian dilaksanakan di MNC Channels, khususnya pada divisi produksi program Sport Today dan Live Studio Moto GP. Pengumpulan data dilakukan selama kegiatan magang yang berlangsung pada tahun 2025. Fokus penelitian diarahkan pada proses penyusunan skrip, proses editorial, serta penerapan nilai-nilai etika komunikasi syariah dalam produksi konten olahraga.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung selama kegiatan magang, keterlibatan penulis dalam proses penyusunan skrip, serta pengalaman yang diperoleh selama mengikuti aktivitas produksi program. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen skrip program Sport Today dan Live Studio Moto GP, buku-buku komunikasi Islam, jurnal ilmiah, serta dokumen pendukung lainnya yang relevan dengan topik penelitian.

Untuk menjaga validitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari setiap informan, sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan mencocokkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dengan teknik tersebut, data yang diperoleh diharapkan memiliki tingkat keakuratan yang lebih baik sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil observasi selama kegiatan magang di MNC Channels, implementasi etika komunikasi syariah dalam proses produksi program Sport Today dan Live Studio Moto GP telah diterapkan pada beberapa tahapan produksi, khususnya dalam proses pencarian data, penulisan naskah, dan penyuntingan skrip. Penerapan tersebut terlihat dari adanya upaya redaksi untuk memastikan informasi yang disampaikan berasal

dari sumber resmi serta menghindari penyebaran informasi yang belum terverifikasi.

Praktik ini menunjukkan penerapan prinsip qaulan sadidan, yaitu menyampaikan informasi yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan.

Dalam proses penyusunan skrip berita olahraga, data pertandingan, klasemen, statistik atlet, dan pernyataan narasumber umumnya diperoleh dari sumber resmi seperti situs penyelenggara kompetisi atau rilis resmi tim dan organisasi olahraga. Hal tersebut menjadi bagian dari prosedur editorial untuk menjaga akurasi informasi sebelum tayang. Namun demikian, tekanan waktu produksi yang relatif singkat terkadang menjadi tantangan dalam melakukan verifikasi secara lebih mendalam terhadap seluruh informasi yang diperoleh.

Penerapan Prinsip Qaulan Ma'rufan dalam Penulisan Skrip

Hasil observasi juga menunjukkan bahwa penggunaan bahasa dalam skrip program olahraga berusaha disusun secara komunikatif dan mudah dipahami oleh penonton. Namun, terdapat beberapa kondisi di mana penggunaan diksi yang bersifat hiperbolis atau dramatis masih ditemukan, terutama pada segmen promosi dan pembahasan rivalitas dalam ajang olahraga. Penggunaan istilah yang terlalu berlebihan berpotensi bertentangan dengan prinsip qaulan ma'rufan yang menekankan penggunaan bahasa yang baik dan bermartabat.

Meskipun demikian, tim redaksi secara umum berupaya melakukan penyuntingan terhadap kata atau kalimat yang dinilai dapat merendahkan individu maupun kelompok tertentu. Upaya tersebut dilakukan untuk menjaga objektivitas serta profesionalitas dalam penyampaian informasi kepada audiens.

Penerapan Prinsip Qaulan Balighan dan Qaulan Maysura

Prinsip qaulan balighan tercermin dalam cara penyampaian informasi yang ringkas, jelas, dan sesuai dengan kebutuhan audiens program olahraga. Informasi yang disajikan tidak hanya berfokus pada hasil pertandingan, tetapi juga memberikan konteks yang membantu penonton memahami peristiwa yang sedang dibahas. Selain itu, redaksi berusaha menyampaikan isu-isu kontroversial secara berimbang tanpa memicu konflik atau provokasi yang berlebihan.

Sementara itu, prinsip qaulan maysura terlihat dari penggunaan bahasa Indonesia yang sederhana dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan penonton. Meskipun terdapat istilah teknis dalam dunia olahraga, khususnya MotoGP, penyusun skrip berusaha menjelaskan istilah tersebut secara sederhana agar informasi dapat diterima dengan baik oleh audiens.

Tantangan Implementasi Etika Komunikasi Syariah

Penerapan etika komunikasi syariah dalam lingkungan media penyiaran komersial menghadapi sejumlah tantangan. Salah satu tantangan utama adalah tuntutan industri media untuk menghasilkan konten yang menarik dan memiliki nilai hiburan tinggi. Kondisi ini sering kali mendorong penggunaan bahasa yang lebih sensasional guna meningkatkan perhatian audiens dan daya tarik program.

Selain itu, adanya tekanan tenggat waktu produksi juga menjadi hambatan dalam penerapan prinsip verifikasi informasi secara maksimal. Dalam situasi tertentu, redaksi harus bekerja cepat agar informasi dapat segera ditayangkan tanpa mengurangi akurasi dan kualitas konten yang diproduksi. Oleh karena itu, diperlukan keseimbangan antara kebutuhan industri media dan penerapan nilai-nilai etika komunikasi syariah dalam setiap proses produksi.

Pembahasan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa implementasi etika komunikasi syariah di MNC Channels belum diterapkan secara formal melalui pedoman khusus berbasis syariah, tetapi nilai-nilai yang terkandung dalam prinsip komunikasi Islam telah hadir dalam praktik kerja sehari-hari. Penerapan prinsip qaulan sadidan menjadi aspek yang paling dominan karena berkaitan langsung dengan standar profesional jurnalistik yang mengutamakan akurasi dan verifikasi informasi.

Di sisi lain, prinsip qaulan ma'rufan masih menghadapi tantangan akibat kebutuhan industri media terhadap konten yang menarik perhatian audiens. Hal ini menunjukkan bahwa implementasi etika komunikasi syariah tidak hanya bergantung pada individu, tetapi juga membutuhkan dukungan kebijakan dan budaya organisasi yang mendorong praktik komunikasi yang lebih etis.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai etika komunikasi syariah tetap relevan untuk diterapkan dalam produksi program olahraga modern. Prinsip-prinsip seperti kejujuran, kesantunan, efektivitas pesan, dan kemudahan pemahaman dapat menjadi pedoman bagi praktisi media dalam menghasilkan konten yang tidak hanya menarik, tetapi juga bertanggung jawab secara sosial dan moral.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pengalaman lapangan yang telah dipaparkan dalam jurnal ini, dapat ditarik beberapa kesimpulan yang bersifat komprehensif dan saling terkait. Pertama, implementasi etika komunikasi syariah dalam produksi program Sport Today dan Live Studio Moto GP di MNC Channels bersifat parsial dan belum sistematis. Praktik-praktik baik memang ada dan dapat diidentifikasi, tetapi penerapannya lebih banyak bergantung pada sensitivitas individual para redaktur daripada pada panduan editorial yang secara eksplisit berbasis nilai-nilai Islam. Ini mengindikasikan bahwa etika syariah belum sepenuhnya terlembagakan dalam struktur organisasi redaksi.

Kedua, prinsip qaulan sadidan mendapat implementasi paling kuat melalui mekanisme verifikasi data, meskipun tekanan tenggat waktu seringkali menjadi hambatan yang signifikan. Sebaliknya, qaulan ma'rufan—yang berkaitan dengan kesantunan dan kemartabatan bahasa—menghadapi tantangan terbesar karena berbenturan langsung dengan kepentingan rating dan tekanan dari tim marketing untuk menghadirkan konten yang lebih sensasional.

Ketiga, pengalaman magang ini mengajarkan bahwa implementasi etika syariah dalam media komersial bukanlah perkara sederhana yang bisa diselesaikan hanya dengan niat baik. Ia membutuhkan komitmen institusional, panduan editorial yang jelas, serta budaya organisasi yang mendukung praktisi media untuk berani mengambil keputusan etis bahkan ketika berhadapan dengan tekanan komersial. Tanpa ketiga elemen ini, etika syariah hanya akan menjadi wacana normatif yang tidak memiliki dampak nyata pada kualitas konten yang diproduksi.

Keempat, kajian ini juga menegaskan relevansi prinsip-prinsip komunikasi qur'ani dalam konteks media penyiaran kontemporer. Nilai-nilai yang dirumuskan lebih dari 14 abad lalu ternyata sangat applicable dalam menjawab dilema-dilema etis yang dihadapi oleh para praktisi media di era digital ini, asalkan dikaji secara serius dan diimplementasikan secara konsisten.

Berdasarkan kesimpulan yang telah dirumuskan, penulis mengajukan beberapa saran praktis yang diharapkan dapat memberikan manfaat nyata bagi berbagai pihak yang terlibat.

Bagi pihak manajemen MNC Channels dan divisi Sport Today secara khusus, penulis menyarankan agar dikembangkan sebuah panduan editorial (style guide) yang secara eksplisit memasukkan nilai-nilai etika komunikasi sebagai standar yang terukur. Panduan ini tidak perlu bersifat keagamaan secara eksplisit—mengingat karakter MNC Channels sebagai media umum—namun dapat mengintegrasikan nilai-nilai universal seperti akurasi, keadilan, dan penghormatan terhadap martabat individu yang pada hakikatnya sejalan dengan prinsip-prinsip qur'ani.

Bagi mahasiswa yang akan menjalani magang di industri media, pengalaman ini memberikan pelajaran berharga bahwa pemahaman teoritik tentang etika komunikasi harus disertai dengan keberanian untuk mempraktikkannya di lapangan. Jangan segan untuk mengusulkan alternatif diksi atau pendekatan narasi yang lebih etis ketika menghadapi konten yang dianggap bermasalah. Negosiasi kreatif antara standar etika dan kebutuhan editorial adalah kompetensi penting yang perlu diasah.

Bagi akademisi dan peneliti di bidang komunikasi Islam, jurnal ini membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut yang lebih sistematis dan berskala lebih besar—misalnya dengan menganalisis konten program olahraga dari berbagai stasiun televisi untuk menilai tingkat implementasi etika komunikasi syariah secara komparatif. Penelitian semacam ini akan sangat bermanfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi Islam yang lebih aplikatif di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Hefni, H. (2015). *Komunikasi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Ilaihi, W. (2013). *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muhtadi, A. S. (2012). *Jurnalistik: Pendekatan Teori dan Praktik*. Jakarta: Logos Wacana Ilmu.
- Rachmiate, A. (2017). *Radio Komunitas: Eskalasi Demokratisasi Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kusnawan, A. (2016). *Ilmu Dakwah: Kajian Berbagai Aspek*. Bandung: Pustaka Bani Quraisy.
- Subiakto, H., & Ida, R. (2019). *Komunikasi Politik, Media, dan Demokrasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
- KPI (Komisi Penyiaran Indonesia). (2022). *Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS)*. Jakarta: KPI Pusat.