

“Konstruksi Wacana Dakwah dan Kepentingan Dagang dalam Isu Sertifikasi Halal Produk AS: Analisis Wacana Kritis Suaraislam.id”

Alfarizi Cahya Maulana¹, Siti Raudhatul Jannah², Kun Waziz³

Program studi Komunikasi Penyiaran Islam

Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

alfarizicahyamaulana@gmail.com, jannahujember@gmail.com, kunwaziz@uinkhas.ac.id

Abstract

This study aims to analyse the construction of da'wah discourse and commercial interests in media coverage regarding the relaxation of halal certification for United States products on Suaraislam.id. This research employs a qualitative approach within a critical paradigm using the Critical Discourse Analysis (CDA) model developed by Norman Fairclough, which emphasizes three analytical dimensions: text, discursive practice, and social practice. The data consist of two news articles explicitly addressing the issue of halal certification relaxation and the rejection of trade agreements without halal certification. Data were collected through documentation and analyzed interpretatively to uncover the relationship between language, ideology, and power within media texts. The findings reveal that Suaraislam.id not only reproduces religious ideology by representing halal certification as a symbol of safeguarding faith and framing commercial interests as an external threat, but also constructs an oppositional, asymmetrical discursive relationship between the two. Da'wah discourse is positioned as the dominant normative framework in interpreting economic policies, while commercial interests are subordinated through the use of religious diction, symbolic opposition between religion and economy, and the prominence of religious authorities as sources of legitimacy. At the level of discursive practice, the media integrates journalistic functions with da'wah missions. In contrast, at the level of social practice, the coverage reflects tensions between economic globalization and the preservation of Islamic identity. This study confirms that Islamic media not only represent reality but actively construct and constrain public understanding through ideological discourse. These findings contribute to the development of Islamic communication studies, particularly in understanding digital media as a site of contestation between economic interests and religious values.

Keywords: discourse construction da'wah, commercial interests, critical discourse analysis, Islamic media

abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konstruksi wacana dakwah dan kepentingan dagang dalam pemberitaan mengenai pelanggaran sertifikasi halal produk Amerika Serikat pada media Suaraislam.id. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma kritis melalui analisis wacana kritis model Norman Fairclough yang menekankan tiga dimensi analisis, yaitu teks, praktik diskursif, dan praktik sosial. Data penelitian berupa dua teks berita yang secara eksplisit membahas isu pelanggaran sertifikasi halal dan penolakan terhadap kesepakatan dagang tanpa sertifikasi halal. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, sedangkan analisis data dilakukan secara interpretatif-kritis untuk mengungkap relasi antara bahasa, ideologi, dan kekuasaan dalam teks media. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Suaraislam.id tidak hanya mereproduksi ideologi keagamaan dengan merepresentasikan sertifikasi halal sebagai simbol penjagaan akidah dan kepentingan dagang sebagai ancaman eksternal, tetapi juga mengonstruksi relasi diskursif yang bersifat oposisional dan tidak simetris antara keduanya. Wacana dakwah diposisikan sebagai kerangka normatif dominan dalam menilai kebijakan ekonomi, sementara kepentingan dagang direpresentasikan secara subordinatif melalui penggunaan diksi religius, pembentukan oposisi simbolik antara agama dan ekonomi, serta penonjolan otoritas keagamaan sebagai sumber legitimasi. Pada level praktik diskursif, pemberitaan mencerminkan integrasi antara fungsi jurnalistik dan misi dakwah, sedangkan pada level praktik sosial terlihat adanya ketegangan antara globalisasi ekonomi dan upaya mempertahankan identitas keagamaan. Penelitian ini menegaskan bahwa media Islam tidak hanya merepresentasikan realitas, tetapi secara aktif membentuk dan membatasi cara pandang publik melalui konstruksi wacana ideologis yang menempatkan dakwah sebagai perspektif dominan dalam membaca kebijakan ekonomi global. Temuan ini berkontribusi dalam memperkaya kajian komunikasi Islam, khususnya dalam memahami media digital sebagai arena kontestasi antara kepentingan ekonomi dan nilai-nilai keagamaan.

Kata kunci: konstruksi wacana dakwah, kepentingan dagang, analisis wacana kritis, media Islam

PENDAHULUAN

Perkembangan media digital telah membawa transformasi mendasar dalam praktik komunikasi keagamaan di masyarakat kontemporer. Media tidak lagi berfungsi semata sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi telah berkembang menjadi ruang produksi makna yang secara aktif membentuk cara masyarakat memahami realitas sosial (Valjentová, 2025). Dalam konteks komunikasi Islam, transformasi ini menandai pergeseran praktik dakwah dari model konvensional menuju model berbasis media digital, di mana pesan keagamaan tidak hanya disampaikan secara satu arah, tetapi juga diproduksi, dinegosiasikan, dan direproduksi dalam ruang publik digital. Kondisi ini menjadikan media sebagai aktor strategis dalam membentuk kesadaran kolektif umat terhadap berbagai isu yang berkaitan dengan nilai-nilai keislaman, termasuk isu ekonomi, politik, dan budaya. Dalam dinamika tersebut, media Islam memiliki karakteristik yang khas dibandingkan dengan media umum.

Media Islam tidak hanya menjalankan fungsi jurnalistik sebagai penyampai informasi, tetapi juga mengintegrasikan misi dakwah dalam setiap praktik pemberitaannya. Hal ini menyebabkan media Islam cenderung memposisikan isu-isu publik dalam kerangka moral dan religius, sehingga pemberitaannya tidak sepenuhnya netral, melainkan mengandung muatan ideologis tertentu. Media menjadi ruang artikulasi nilai, di mana realitas sosial tidak hanya direpresentasikan, tetapi juga dikonstruksi melalui bahasa, narasi, dan simbol yang digunakan. Dengan demikian, media Islam dapat dipahami sebagai arena diskursif yang mempertemukan antara kepentingan informasi, ideologi keagamaan, dan kepentingan sosial yang lebih luas (Setyawan & Basit, 2025).

Salah satu isu yang mengemuka dalam ruang publik digital adalah polemik pelonggaran sertifikasi halal produk Amerika Serikat. Dalam masyarakat Muslim, sertifikasi halal tidak hanya dipahami sebagai regulasi administratif yang mengatur standar produk, tetapi juga sebagai simbol identitas religius yang berkaitan dengan akidah dan praktik

keberagamaan (Fauzi et al., 2024). Oleh karena itu, setiap kebijakan yang berkaitan dengan pelonggaran standar halal berpotensi memunculkan resistensi sosial, terutama dari kelompok yang memandang halal sebagai bagian integral dari akidah. Di sisi lain, dalam konteks globalisasi ekonomi, kebijakan perdagangan internasional sering kali menuntut adanya fleksibilitas regulasi untuk memperlancar arus barang dan jasa lintas negara.

Fleksibilitas ini tidak terlepas dari kepentingan dagang global yang berkaitan dengan liberalisasi pasar dan efisiensi ekonomi, sehingga membuka ruang kompromi terhadap standar regulatif tertentu, termasuk sertifikasi halal. Kondisi ini menimbulkan ketegangan antara kepentingan dagang global dan upaya menjaga nilai-nilai keagamaan, yang kemudian menjadi arena kontestasi dalam wacana publik (Sutrisno et al., 2025).

Media memiliki peran penting dalam mengartikulasikan dan memaknai ketegangan tersebut. Pemberitaan yang dihasilkan tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi juga membangun makna melalui pemilihan diksi, struktur narasi, dan penonjolan aktor tertentu. Dalam konteks media Islam, pemberitaan mengenai pelonggaran sertifikasi halal cenderung dikonstruksi dalam kerangka yang menempatkan kepentingan dagang sebagai potensi ancaman terhadap nilai-nilai keagamaan. Dengan demikian, isu pelonggaran sertifikasi halal tidak hanya menjadi persoalan regulasi administratif, tetapi juga menjadi arena pertarungan makna antara kepentingan dagang dan wacana dakwah dalam media Islam. Konstruksi tersebut menunjukkan bahwa media tidak hanya merepresentasikan realitas, tetapi juga berperan aktif dalam membentuk perspektif publik terhadap relasi antara agama dan ekonomi (Mahan & Worley, 2020).

Dalam perspektif analisis wacana kritis, bahasa dipahami sebagai praktik sosial yang sarat dengan ideologi dan relasi kekuasaan (Fairclough, 1995). Pendekatan ini memandang bahwa teks tidak dapat dipisahkan dari konteks produksi dan konsumsi, serta struktur sosial yang melatarbelakanginya. Dengan demikian, analisis wacana kritis tidak hanya berfokus pada struktur bahasa, tetapi juga pada

bagaimana bahasa digunakan untuk membangun, mempertahankan, atau menantang relasi kekuasaan dalam masyarakat. Model tiga dimensi yang dikembangkan oleh Norman Fairclough memungkinkan peneliti untuk menganalisis teks secara komprehensif melalui tiga level, yaitu teks, praktik diskursif, dan praktik sosial (Munfarida, 1970). Pendekatan ini relevan untuk mengkaji bagaimana media Islam mengonstruksi wacana dakwah dalam isu pelanggaran sertifikasi halal serta bagaimana relasi antara agama dan kepentingan dagang direpresentasikan.

Sejumlah penelitian terdahulu memberikan landasan penting dalam memahami peran media Islam dalam ruang digital, namun masih menyisakan celah analitis yang signifikan. Studi oleh Achmad Tohari(2024) menemukan bahwa portal Islam cenderung menjadi arena kontestasi wacana keislaman yang sarat kepentingan ideologis, di mana narasi keagamaan digunakan untuk membangun legitimasi terhadap posisi tertentu dalam isu publik(Achmad Tohari et al., 2024). Namun, penelitian tersebut lebih menitikberatkan pada dinamika kontestasi tanpa mengurai secara mendalam bagaimana struktur bahasa bekerja dalam membentuk relasi kuasa. Sementara itu, Maisarah (2025) menunjukkan bahwa media sosial Islam berperan dalam mengonstruksi identitas keagamaan yang eksklusif melalui narasi normatif, tetapi kajian tersebut masih berada pada level representasi identitas, belum menyentuh relasi antara wacana keagamaan dan isu ekonomi global(Maisarah, 2025). Penelitian lain oleh Arfan(2025) mengungkap bahwa media Islam membangun narasi resistensi terhadap arus global melalui framing religius, namun belum secara spesifik mengkaji isu sertifikasi halal sebagai titik temu antara agama dan perdagangan internasional(Arfan et al., 2025).

Kajian-kajian tersebut menegaskan bahwa media Islam tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai agen dakwah yang membentuk opini publik melalui narasi yang sarat nilai normatif(Pamungkas, 2020). Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada analisis isi atau pendekatan framing yang menitikberatkan pada bagaimana isu

ditampilkan di permukaan, tanpa mengkaji secara mendalam bagaimana bahasa bekerja sebagai instrumen ideologi dalam membentuk relasi kekuasaan. Selain itu, kajian yang secara khusus mengaitkan konstruksi wacana media Islam dengan isu perdagangan internasional, khususnya terkait sertifikasi halal produk luar negeri, masih relatif terbatas. Berbeda dari penelitian tersebut, studi ini tidak hanya mengkaji representasi atau framing, tetapi secara mendalam menganalisis bagaimana bahasa dalam teks media bekerja sebagai instrumen ideologis yang membentuk relasi asimetris antara dakwah dan kepentingan dagang. Kebaruan penelitian ini terletak pada fokusnya yang spesifik pada isu pelanggaran sertifikasi halal produk Amerika Serikat serta penggunaan analisis wacana kritis Fairclough untuk mengungkap keterkaitan antara teks, praktik diskursif, dan praktik sosial secara komprehensif

Salah satu media Islam yang aktif mengangkat isu tersebut adalah Suaraislam.id, yang dikenal sebagai media berbasis dakwah dengan kecenderungan narasi yang menekankan perspektif keislaman dalam melihat isu-isu publik. Pemberitaan media ini menarik untuk dikaji karena menunjukkan kecenderungan konstruksi wacana yang tidak hanya informatif, tetapi juga ideologis, khususnya dalam merespons kebijakan yang berkaitan dengan kepentingan dagang global dan nilai-nilai keagamaan. Dengan demikian, Suaraislam.id menjadi objek yang relevan untuk mengkaji bagaimana wacana dakwah dan kepentingan dagang diproduksi dan direpresentasikan dalam media Islam.

Keterbatasan kajian sebelumnya menunjukkan adanya celah penelitian yang signifikan, terutama dalam memahami bagaimana media Islam mengonstruksi relasi antara kepentingan dagang global dan nilai-nilai keagamaan dalam konteks yang lebih luas(Sari et al., 2023). Isu sertifikasi halal tidak hanya berkaitan dengan regulasi produk, tetapi juga menyangkut identitas religius, otoritas keagamaan, serta dinamika globalisasi ekonomi yang kompleks. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan analisis yang mampu mengungkap dimensi teks sekaligus konteks sosial yang melatarbelakanginya, sehingga dapat

memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran media dalam membentuk wacana publik.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konstruksi wacana dakwah dan kepentingan dagang dalam isu pelanggaran sertifikasi halal produk Amerika Serikat pada media *Suaraislam.id* dengan menggunakan pendekatan analisis wacana kritis model Norman Fairclough. Penelitian ini tidak hanya mengkaji representasi teks, tetapi juga menelusuri praktik diskursif dan praktik sosial yang membentuk produksi wacana tersebut. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian komunikasi Islam, khususnya dalam memahami media digital sebagai arena kontestasi antara kepentingan dagang global dan nilai-nilai keagamaan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma kritis untuk menganalisis konstruksi wacana dalam pemberitaan media Islam mengenai pelanggaran sertifikasi halal produk Amerika Serikat. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemaknaan terhadap teks media secara mendalam, bukan pada pengukuran hubungan antarvariabel (Hallonsten, 2025). Sementara itu, paradigma kritis digunakan untuk mengungkap relasi antara bahasa, ideologi, dan kekuasaan yang terkandung dalam praktik pemberitaan media. Metode yang digunakan adalah analisis wacana kritis model Norman Fairclough. Model ini memandang bahasa sebagai praktik sosial yang tidak netral, melainkan sarat dengan kepentingan ideologis dan relasi kekuasaan (Fairclough, 1995; Putri & Astuti, 2025).

Analisis wacana kritis dalam penelitian ini digunakan untuk mengkaji bagaimana media mengonstruksi makna melalui teks, bagaimana proses produksi wacana berlangsung, serta bagaimana konteks sosial memengaruhi pembentukan wacana tersebut. Ruang lingkup penelitian difokuskan pada pemberitaan media *Suaraislam.id* yang mengangkat isu pelanggaran sertifikasi halal produk Amerika Serikat. Objek penelitian berupa dua teks berita,

yaitu pemberitaan mengenai pelanggaran sertifikasi halal produk Amerika Serikat dan penolakan terhadap kesepakatan dagang tanpa sertifikasi halal. Dalam penelitian ini, pemilihan dua teks berita dari media *Suaraislam.id* dilakukan secara *purposive* dengan mempertimbangkan tingkat virulensi isu pelanggaran sertifikasi halal produk Amerika Serikat pada periode pemberitaan tersebut. Peneliti memilih teks yang secara eksplisit membenturkan kebijakan perdagangan internasional dengan prinsip syariat untuk melihat bagaimana batasan wacana dikonstruksi

Sumber data penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder (Walliman, 2026). Data primer berupa teks berita yang diperoleh dari media *Suaraislam.id*, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur ilmiah yang relevan dengan kajian analisis wacana kritis, komunikasi Islam, dan media digital. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, yaitu dengan mengumpulkan, membaca, dan mengidentifikasi bagian-bagian teks yang berkaitan dengan konstruksi wacana dakwah dan kepentingan dagang. Teknik analisis data menggunakan model tiga dimensi analisis wacana kritis yang dikembangkan oleh Norman Fairclough, yang meliputi:

analisis teks

Analisis ini difokuskan pada aspek linguistik dalam teks, seperti pilihan diksi, struktur kalimat, penggunaan istilah religius, serta strategi representasi yang digunakan dalam pemberitaan (Paiva, 1969). Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi bagaimana makna dibangun dan bagaimana wacana dakwah serta kepentingan dagang direpresentasikan dalam teks media.

Analisis praktik diskursif

Analisis ini bertujuan untuk memahami bagaimana teks diproduksi dan dikonsumsi dalam konteks media Islam (Fattahizadeh & Fereshteh Motamad Langrodi, 2022). Pada tahap ini, peneliti mengkaji bagaimana media *Suaraislam.id* memposisikan diri sebagai agen dakwah, serta bagaimana praktik jurnalistik diintegrasikan dengan misi keagamaan dalam proses produksi berita.

Analisis praktik sosial

Analisis ini mengkaji konteks sosial yang lebih luas yang melatarbelakangi pemberitaan, termasuk relasi antara globalisasi ekonomi, kebijakan perdagangan internasional, dan identitas keagamaan umat Islam. Tujuannya adalah untuk mengungkap bagaimana wacana yang dibangun media berkaitan dengan struktur sosial dan ideologi yang berkembang di masyarakat (Arfan et al., 2025).

Proses analisis dilakukan secara interpretatif-kritis melalui pembacaan mendalam terhadap teks, identifikasi pola wacana, serta interpretasi makna yang dikaitkan dengan konteks sosial dan ideologis. Analisis dilakukan secara berulang untuk memastikan konsistensi temuan dan kedalaman interpretasi (Afzaal, 2023). Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat mengungkap secara komprehensif bagaimana media Suaraislam.id mengonstruksi wacana dakwah dan kepentingan dagang dalam isu pelanggaran sertifikasi halal, serta bagaimana relasi antara agama dan ekonomi direpresentasikan dalam praktik pemberitaan media Islam.

PEMBAHASAN

1. Representasi sertifikasi halal sebagai penjaga akidah

Analisis pada level teks menunjukkan bahwa pemberitaan Suaraislam.id merepresentasikan sertifikasi halal tidak sekadar sebagai regulasi administratif, melainkan sebagai simbol penjagaan akidah umat Islam. Hal ini terlihat dari penggunaan diksi religius dalam teks berita, seperti pernyataan bahwa isu pelanggaran sertifikasi halal “tidak hanya menyentuh aspek perdagangan, tetapi juga menyangkut prinsip dasar keimanan”. Penggunaan frasa “prinsip dasar keimanan” menunjukkan adanya pergeseran makna dari ranah ekonomi ke ranah teologis. Dalam kerangka analisis wacana kritis, penggunaan bahasa tersebut merupakan bentuk ideologisasi, di mana konsep halal dinaturalisasi sebagai bagian inheren dari identitas religius. Dengan demikian, pelanggaran sertifikasi halal tidak diposisikan sebagai kebijakan teknis, tetapi sebagai ancaman terhadap iman. Strategi ini

memperlihatkan bagaimana bahasa digunakan sebagai alat untuk membentuk realitas sosial dan mengarahkan interpretasi publik. Lebih lanjut, penggunaan istilah religius secara konsisten menunjukkan bahwa media beroperasi dalam logika dakwah, di mana penyampaian informasi tidak terlepas dari upaya membangun kesadaran keagamaan. Dalam konteks ini, teks berita tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga normatif dan persuasif.

Selain menunjukkan pergeseran makna dari administratif ke teologis, penggunaan frasa seperti “prinsip dasar keimanan” juga memperlihatkan proses absolutisasi makna halal. Dalam konstruksi ini, halal tidak lagi berada dalam ruang diskursus yang terbuka untuk negosiasi kebijakan, tetapi ditempatkan sebagai nilai absolut yang tidak dapat dikompromikan. Hal ini menunjukkan adanya proses depolitisasi isu ekonomi dengan cara mentransformasikannya menjadi isu moral-religius. Lebih jauh, strategi ini juga berfungsi untuk menutup kemungkinan munculnya perspektif alternatif dalam membaca kebijakan pelanggaran sertifikasi halal. Ketika suatu isu telah diposisikan sebagai bagian dari iman, maka ruang perdebatan rasional menjadi terbatas. Dalam konteks ini, media tidak hanya membentuk persepsi, tetapi juga mengatur batas-batas wacana yang dianggap sah.

2. Konstruksi kepentingan dagang sebagai ancaman eksternal

Selain membingkai sertifikasi halal sebagai penjagaan akidah, Suaraislam.id juga mengonstruksi kepentingan dagang sebagai kekuatan eksternal yang berpotensi mengancam nilai-nilai keagamaan. Hal ini terlihat dari narasi yang menyatakan bahwa kebijakan tersebut “lebih mengutamakan kepentingan perdagangan dibandingkan dengan perlindungan syariat”. Penggunaan diksi ini membentuk oposisi simbolik antara ekonomi dan agama. Konstruksi oposisi ini diperkuat oleh pernyataan lain yang menggambarkan aktivitas ekonomi sebagai “praktik bisnis yang semata-mata mengejar keuntungan”. Frasa tersebut menunjukkan adanya delegitimasi terhadap kepentingan ekonomi, yang direduksi menjadi aktivitas

materialistik tanpa pertimbangan moral. Dalam perspektif analisis wacana kritis, strategi ini mencerminkan pembentukan dikotomi antara “kepentingan dagang global” dan “penjagaan akidah umat”. Media secara implisit membangun batas simbolik antara “kita” (umat Islam) dan “mereka” (aktor ekonomi global), sehingga menghasilkan narasi resistensi terhadap kebijakan yang dianggap bertentangan dengan nilai keagamaan. Struktur narasi yang digunakan juga menunjukkan pola sebab-akibat yang mengaitkan pelanggaran sertifikasi halal dengan potensi ancaman terhadap umat Islam. Dengan demikian, kebijakan ekonomi global direpresentasikan sebagai risiko terhadap kehidupan religius, bukan sekadar dinamika pasar.

Konstruksi kepentingan dagang sebagai ancaman eksternal juga dapat dibaca sebagai bentuk polarisasi moral, di mana ekonomi ditempatkan dalam posisi yang secara moral inferior dibandingkan dengan agama. Narasi seperti “semata-mata mengejar keuntungan” tidak hanya mendeskripsikan praktik ekonomi, tetapi juga mengandung penilaian etis yang negatif. Dalam kerangka ini, ekonomi global direpresentasikan sebagai entitas yang berpotensi merusak tatanan nilai, sehingga memerlukan resistensi. Hal ini menunjukkan bahwa media tidak hanya membangun oposisi simbolik, tetapi juga menciptakan hierarki nilai, di mana agama ditempatkan sebagai superior dan ekonomi sebagai subordinat. Selain itu, konstruksi ini juga memperlihatkan adanya penyederhanaan kompleksitas ekonomi global. Realitas perdagangan internasional yang kompleks direduksi menjadi narasi biner antara “untung” dan “iman”, sehingga menghilangkan nuansa yang lebih kompleks dalam memahami kebijakan ekonomi

3. Penonjolan otoritas keagamaan sebagai legitimasi wacana

Temuan berikutnya menunjukkan bahwa Suaraislam.id secara dominan menghadirkan otoritas keagamaan sebagai sumber legitimasi utama. Dalam salah satu pemberitaan, penolakan terhadap kebijakan pelanggaran sertifikasi halal disampaikan oleh tokoh Wantim MUI yang menyebut kebijakan tersebut sebagai “sangat absurd dan

diskriminatif”. Penggunaan bahasa evaluatif ini tidak hanya menyampaikan pendapat, tetapi juga membentuk penilaian moral terhadap kebijakan tersebut. Dalam konteks analisis wacana kritis, praktik ini menunjukkan penggunaan otorisasi sebagai strategi legitimasi. Media tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi mengonstruksi realitas dengan merujuk pada figur yang memiliki otoritas simbolik dalam struktur sosial keagamaan (Santuso et al., 2025). Pada level praktik diskursif, dominasi sumber tunggal dari otoritas keagamaan menunjukkan bahwa produksi teks bersifat selektif dan ideologis. Tidak adanya perspektif alternatif, seperti dari pemerintah atau pelaku ekonomi, memperkuat karakter monologis dalam pemberitaan. Hal ini menunjukkan bahwa media tidak berfungsi sebagai ruang diskursus yang plural, melainkan sebagai medium reproduksi wacana dakwah.

Penggunaan otoritas keagamaan tidak hanya berfungsi sebagai legitimasi, tetapi juga sebagai mekanisme hegemonisasi wacana. Dengan menghadirkan tokoh agama sebagai sumber utama, media memperkuat dominasi perspektif tertentu dan mengurangi kemungkinan munculnya suara alternatif. Dalam konteks ini, otoritas keagamaan tidak hanya berperan sebagai narasumber, tetapi sebagai aktor yang menentukan arah wacana. Media berfungsi sebagai perpanjangan dari otoritas tersebut dalam menyebarkan interpretasi tertentu kepada publik. Lebih lanjut, penggunaan bahasa seperti “absurd dan diskriminatif” menunjukkan bahwa otoritas keagamaan tidak hanya memberikan penilaian normatif, tetapi juga membangun framing emosional yang dapat memengaruhi sikap pembaca. Hal ini memperlihatkan bahwa legitimasi tidak hanya dibangun melalui logika, tetapi juga melalui afeksi.

4. Integrasi jurnalisme dan dakwah dalam praktik diskursif

Analisis pada level praktik diskursif menunjukkan bahwa Suaraislam.id mengintegrasikan fungsi jurnalistik dengan misi dakwah dalam proses produksi berita. Hal ini terlihat dari penggunaan narasi yang tidak hanya informatif, tetapi juga normatif, seperti

pernyataan bahwa urusan halal “tidak boleh diserahkan kepada pihak yang tidak menjadikan syariat sebagai landasan”. Narasi tersebut menunjukkan bahwa teks berita mengandung pesan preskriptif yang mengarahkan pembaca pada posisi tertentu. Dalam konteks ini, jurnalisme tidak diposisikan sebagai praktik netral, tetapi sebagai instrumen dakwah bil qalam yang bertujuan membentuk kesadaran religius.

Dalam perspektif analisis wacana kritis, fenomena ini menunjukkan bahwa media berperan sebagai agen ideologis yang aktif dalam mereproduksi nilai-nilai keagamaan. Produksi wacana tidak hanya mencerminkan realitas, tetapi juga membentuk cara pandang masyarakat terhadap relasi antara agama dan ekonomi. Lebih jauh, integrasi ini memperlihatkan kaburnya batas antara informasi dan persuasi. Media tidak hanya menyampaikan fakta, tetapi juga mengarahkan interpretasi melalui kerangka moral yang berbasis nilai keagamaan. Integrasi antara jurnalisme dan dakwah juga dapat dipahami sebagai bentuk *ideological journalism*, di mana praktik jurnalistik tidak lagi berorientasi pada objektivitas, tetapi pada penyampaian nilai tertentu. Dalam konteks ini, berita berfungsi sebagai medium untuk memperkuat identitas kolektif umat.

Hal ini terlihat dari kecenderungan narasi yang tidak hanya menjelaskan peristiwa, tetapi juga mengarahkan pembaca pada sikap tertentu. Dengan demikian, media tidak hanya membentuk pengetahuan, tetapi juga membentuk orientasi tindakan. Fenomena ini menunjukkan bahwa media Islam beroperasi dalam dua logika sekaligus, yaitu logika jurnalistik dan logika dakwah. Kedua logika ini saling berinteraksi dan menghasilkan bentuk wacana yang khas, yang tidak sepenuhnya dapat dijelaskan dengan pendekatan jurnalistik konvensional.

5. Praktik sosial: kontestasi antara globalisasi ekonomi dan identitas keagamaan

Pada level praktik sosial, pemberitaan Suaraislam.id mencerminkan adanya ketegangan antara globalisasi ekonomi dan identitas keagamaan. Kebijakan perdagangan internasional yang mendorong fleksibilitas

regulasi dipersepsikan sebagai bentuk tekanan eksternal yang berpotensi melemahkan standar kehalalan. Media mengonstruksi narasi bahwa umat Islam harus mempertahankan prinsip keagamaan di tengah arus globalisasi ekonomi. Dalam konteks ini, globalisasi tidak dipahami sebagai peluang, tetapi sebagai ancaman terhadap identitas religius. Selain itu, terdapat indikasi kritik terhadap kebijakan negara yang dianggap lebih mengutamakan kepentingan dagang dibanding perlindungan nilai keagamaan. Hal ini menunjukkan bahwa wacana yang dibangun tidak hanya menyasar aktor ekonomi global, tetapi juga kebijakan domestik. Dalam kerangka analisis wacana kritis, praktik ini menunjukkan bahwa media berfungsi sebagai arena diskursif yang merepresentasikan sekaligus membentuk relasi antara kekuatan global dan identitas lokal. Wacana yang dihasilkan mencerminkan upaya mempertahankan identitas keagamaan dalam menghadapi tekanan globalisasi ekonomi.

Pada level praktik sosial, wacana yang dibangun media juga dapat dipahami sebagai bentuk resistensi simbolik terhadap hegemoni globalisasi ekonomi. Globalisasi tidak hanya dipahami sebagai proses ekonomi, tetapi sebagai sistem nilai yang berpotensi bertentangan dengan prinsip keislaman. Dalam konteks ini, media berperan dalam membangun kesadaran kolektif bahwa umat Islam berada dalam posisi yang harus mempertahankan identitasnya di tengah tekanan global. Narasi ini memperkuat *sense of belonging* sekaligus *sense of threat*. Selain itu, kritik terhadap negara yang dianggap lebih mengutamakan kepentingan dagang menunjukkan adanya ketegangan antara kebijakan publik dan aspirasi keagamaan. Hal ini memperlihatkan bahwa wacana yang dibangun tidak hanya bersifat religius, tetapi juga memiliki dimensi politik.

Secara keseluruhan, temuan penelitian menunjukkan bahwa Suaraislam.id tidak hanya merepresentasikan isu pelanggaran sertifikasi halal, tetapi secara aktif mengonstruksi wacana ideologis yang menempatkan sertifikasi halal sebagai simbol penjagaan akidah dan kepentingan dagang sebagai ancaman eksternal. Konstruksi ini dibangun melalui penggunaan bahasa religius, pembentukan

oposisi simbolik, serta penonjolan otoritas keagamaan sebagai sumber legitimasi. Dalam kerangka Norman Fairclough, temuan ini menegaskan bahwa media berperan sebagai aktor ideologis yang mereproduksi makna melalui teks, praktik diskursif, dan praktik sosial. Dengan demikian, media Islam tidak hanya menjadi sarana penyampaian informasi, tetapi juga menjadi arena kontestasi antara kepentingan ekonomi global dan nilai-nilai keagamaan.

6. Relasi diskursif antara dakwah dan kepentingan dagang

Analisis terhadap pemberitaan Suaraislam.id menunjukkan bahwa wacana dakwah dan kepentingan dagang tidak hadir sebagai dua entitas yang berdiri secara independen, melainkan dikonstruksi dalam relasi diskursif yang bersifat oposisional dan tidak simetris. Media tidak hanya merepresentasikan kedua wacana tersebut, tetapi secara aktif membentuk hubungan makna yang menempatkan dakwah sebagai kerangka normatif dominan, sementara kepentingan dagang diposisikan sebagai entitas subordinat yang problematis. Relasi ini terlihat dari cara media mengaitkan kepentingan dagang dengan potensi ancaman terhadap nilai-nilai keagamaan, seperti dalam pernyataan bahwa kebijakan perdagangan “lebih mengutamakan kepentingan perdagangan dibandingkan dengan perlindungan syariat”. Narasi tersebut tidak hanya menunjukkan adanya perbedaan kepentingan, tetapi juga mengonstruksi hubungan hierarkis di mana nilai ekonomi ditempatkan dalam posisi yang bertentangan dengan prinsip keagamaan. Dengan demikian, kepentingan dagang tidak dipahami sebagai bagian dari sistem sosial yang kompleks, melainkan direduksi menjadi simbol ancaman terhadap akidah.

Dalam kerangka analisis wacana kritis, konstruksi ini mencerminkan proses pembentukan oposisi biner yang bersifat ideologis, di mana agama dan ekonomi diposisikan sebagai dua kutub yang saling berlawanan. Namun, oposisi tersebut tidak bersifat netral, karena media secara konsisten memberikan legitimasi pada wacana dakwah

melalui penggunaan diksi religius dan penonjolan otoritas keagamaan, sementara wacana kepentingan dagang direpresentasikan secara negatif dan delegitimatif. Hal ini menunjukkan bahwa relasi yang dibangun bukan sekadar perbedaan perspektif, tetapi merupakan relasi kekuasaan simbolik yang menempatkan satu wacana sebagai dominan dan yang lain sebagai subordinat.

Lebih lanjut, relasi diskursif ini juga memperlihatkan adanya proses hegemonisasi, di mana wacana dakwah berfungsi sebagai kerangka utama dalam menilai kebijakan publik. Dalam konteks ini, kepentingan dagang tidak memiliki ruang untuk dipahami dalam logika rasional ekonomi, karena telah terlebih dahulu didefinisikan dalam kerangka moral-religius. Dengan demikian, media tidak hanya membingkai realitas, tetapi juga membatasi kemungkinan interpretasi alternatif dengan menempatkan dakwah sebagai satu-satunya perspektif yang sah. Relasi ini pada akhirnya menunjukkan bahwa konstruksi wacana dalam media Islam tidak hanya berfungsi untuk merepresentasikan konflik antara agama dan ekonomi, tetapi juga untuk mempertahankan dominasi nilai-nilai keagamaan dalam ruang publik. Dalam perspektif Norman Fairclough, hal ini menegaskan bahwa bahasa bekerja sebagai praktik sosial yang tidak hanya mencerminkan realitas, tetapi juga membentuk struktur ideologis yang mengatur bagaimana realitas tersebut dipahami. Dengan demikian, relasi antara dakwah dan kepentingan dagang dalam pemberitaan Suaraislam.id bukan sekadar relasi tematik, melainkan relasi ideologis yang mencerminkan posisi media sebagai agen dakwah dalam menghadapi dinamika globalisasi ekonomi.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pemberitaan Suaraislam.id mengenai pelanggaran sertifikasi halal produk Amerika Serikat tidak bersifat netral, melainkan mengandung konstruksi wacana ideologis yang menempatkan dakwah sebagai kerangka utama dalam memahami isu tersebut. Melalui pendekatan analisis wacana kritis model Norman Fairclough, ditemukan bahwa sertifikasi halal direpresentasikan sebagai

simbol penjagaan akidah, sementara kepentingan dagang dikonstruksi sebagai ancaman eksternal terhadap nilai-nilai keagamaan. Konstruksi ini dibangun melalui penggunaan diksi religius, pembentukan oposisi simbolik antara agama dan ekonomi, serta penonjolan otoritas keagamaan sebagai sumber legitimasi utama.

Pada level praktik diskursif, media berfungsi sebagai agen dakwah yang mengintegrasikan fungsi jurnalistik dengan misi keagamaan, sehingga menghasilkan narasi yang tidak hanya informatif, tetapi juga normatif dan persuasif. Sementara itu, pada level praktik sosial, pemberitaan mencerminkan adanya ketegangan antara globalisasi ekonomi dan upaya mempertahankan identitas keagamaan umat Islam. Lebih lanjut, relasi antara wacana dakwah dan kepentingan dagang dikonstruksi secara oposisional dan tidak simetris, di mana dakwah diposisikan sebagai wacana dominan, sedangkan kepentingan dagang direpresentasikan secara subordinatif. Dengan demikian, media tidak hanya merepresentasikan realitas, tetapi juga membentuk dan membatasi cara pandang publik terhadap isu ekonomi melalui kerangka ideologis keagamaan.

Temuan ini memiliki implikasi penting baik secara teoretis maupun praktis. Secara teoretis, penelitian ini menegaskan relevansi analisis wacana kritis dalam mengungkap peran media sebagai aktor ideologis dalam membentuk makna sosial, khususnya dalam konteks komunikasi Islam di era digital. Secara praktis, temuan ini menunjukkan perlunya refleksi kritis terhadap praktik pemberitaan media berbasis keagamaan agar tidak hanya berfungsi sebagai medium dakwah, tetapi juga mampu menjaga keseimbangan antara penyampaian nilai dan penyajian informasi yang proporsional. Berdasarkan hal tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek kajian dengan melakukan analisis komparatif antara media Islam dan media umum, sehingga dapat mengungkap variasi konstruksi wacana dalam isu yang sama. Selain itu, pendekatan interdisipliner, seperti ekonomi politik media, dapat digunakan untuk memperdalam pemahaman mengenai relasi

antara ideologi, kepentingan ekonomi, dan praktik media. Di sisi lain, praktisi media diharapkan dapat lebih reflektif dalam memproduksi pemberitaan dengan mempertimbangkan dampak ideologis dari konstruksi wacana yang dihasilkan. Sementara itu, masyarakat sebagai konsumen media perlu mengembangkan literasi kritis agar mampu memahami bahwa teks media tidak bersifat netral, melainkan merupakan hasil konstruksi yang dipengaruhi oleh kepentingan dan perspektif tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Tohari, Aviv Nafiuddin, & Fathul Qorib. (2024). Contestation Of Islamic Discourse In The Digital Space On Islamic Portals. *Mediakita*, 8(2), 172–192. <https://doi.org/10.30762/mediakita.v8i2.2121>
- Afzaal, M. (2023). *Theoretical Framework and Methodology* (pp. 39–57). https://doi.org/10.1007/978-981-19-9619-1_3
- Arfan, A., Hatta, J., & Azlan, U. (2025). The Struggle for the Meaning of Islam in the Post-Truth Era: Critical Discourse Analysis of Narratives on the Hidayatullah.com Portal. *FIKRAH*, 13(2), 213. <https://doi.org/10.21043/fikrah.v13i2.33169>
- Fairclough, N. (1995). Critical Discourse Analysis: the critical study of analysis. In *Longman Publishing* (p. 1). https://www.youtube.com/watch?v=3w_5riFCMGA
- Fattahizadeh, F., & Fereshteh Motamad Langrodi. (2022). Application of Fairclough's Critical Discourse Analysis Model to Quranic Verses Discussing Peaceful Dealing with Hypocrites. *Journal of Islamic Thought and Civilization*, 12(1), 231–246. <https://doi.org/10.32350/jitc.121.13>
- Fauzi, A. H. M., Yahya, H., Yahaya, N., Hassan, M. S., & Yahya, H. N. (2024). The Juxtaposition of Food Safety and Halal Regulations. *International Journal of Religion*, 5(11), 8138–8146. <https://doi.org/10.61707/17ts6z58>
- Hallonsten, O. (2025). The Qualitative Approach. In *Modernity's Critical*

- Conscience* (pp. 36–57). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781003676805-3>
- Mahan, J. H., & Worley, D. J. (2020). Media and mediation of culture. In *The Routledge Handbook of Economic Theology* (pp. 211–219). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781315267623-26>
- Maisarah, I. (2025). ISLAM GARIS LURUS: KONSTRUKSI IDENTITAS KEAGAMAAN DI MEDIA SOSIAL. *NIHAYAH: Journal of Islamic Studies*, 1(2), 520–533.
<https://doi.org/10.65802/nihayah.v1i2.53>
- Munfarida, E. (1970). ANALISIS WACANA KRITIS DALAM PERSPEKTIF NORMAN FAIRCLOUGH. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 8(1), 1–19.
<https://doi.org/10.24090/komunika.v8i1.746>
- Paiva, C. G. (1969). FAIRCLOUGH, N. Analysing Discourse: textual analysis for social research. Londres: Routledge, 2003. *Discursos Contemporâneos Em Estudo*, 1(1), 233–240.
<https://doi.org/10.26512/discursos.v1i1.0/8281>
- Pamungkas, A. S. (2020). Public morality and the transformation of Islamic media in Indonesia. In *Routledge International Handbook of Religion in Global Society* (pp. 95–104). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781315646435-7a>
- Putri, S. K., & Astuti, E. Y. (2025). Norman Fairclough's Critical Discourse Analysis: The Moral Identity of the Poor Community in the Short Story Anthology Paron. *Wacana : Jurnal Bahasa, Seni, Dan Pengajaran*, 9(2), 129–143.
<https://doi.org/10.29407/jbsp.v9i2.2>
- Santuso, S., Wibisono, B., Haryono, A., & Sofyan, A. (2025). The Representation of Religious Figures' Responses to The Al Zaytun Controversy: A Critical Discourse Analysis. *Journal of Arts, Humanities and Social Science*, 2(2), 301–311.
<https://doi.org/10.69739/jahss.v2i2.847>
- Sari, P. B., Saragih, M. G., Widodo, S., Ario, F., & Nasution, T. A. M. (2023). *Exploring the Multifaceted Landscape of Halal Branding Challenges, Opportunities, and Cross-Cultural Dynamics* (pp. 184–200).
<https://doi.org/10.4018/978-1-6684-7519-5.ch012>
- Setyawan, H. A., & Basit, A. (2025). Muslim Society as Agent of Change in Building Media Image. *International Journal of Social Science and Human Research*, 08(07).
<https://doi.org/10.47191/ijsshr/v8-i7-68>
- Sutrisno, A., Priyono, F. X. J., Hastuti, N. T., Maulidah, K., & Wendra, M. (2025). Religious Norms vs. Global Trade Regulations: An Analysis of the WTO DS477/478 Dispute and Indonesia's Halal Certification. *Journal of Judicial Review*, 27(2).
<https://doi.org/10.37253/jjr.v27i2.11350>
- Valjentová, T. (2025). Media as architects of public opinion: their impact on society and politics. *Revista Moldovenească de Drept Internațional Și Relații Internaționale*, 20(1), 108–119.
<https://doi.org/10.61753/1857-1999/2345-1963/2025.20-1.09>
- Walliman, N. (2026). Collecting primary data. In *Research Methods* (pp. 156–194). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781003641308-11>