Pengaruh perkembangan media massa tidak hanya terasa oleh yang secara langsung berada di media, tetapi merambah ke semua tatanan, termasuk kepada yang bergerak dalam penyebaran agama-ulama. Media massa adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik.

Salah satu ruh yang perlu dijaga dalam media massa adalah netralitas. Namun kenyataannya tidak demikian, bahnyak pihak-pihak di Indonesia yang memandang kehidupan media massa di Indonesia saat ini sudah meninggalkan netralitas. Pandangan tersebut bisa jadi tidak semuanya benar atau tidak semuanya salah, sebab diakui atau tidak belakangan ini banyak prodak yang dianggap tidak memiliki nilai netralitas oleh masyarakat sebab, padahal pada sisi lain pengelola media massa sudah memploklamirkan diri bawa ia sudah berusaha dalam setiap prodak jurnalistik yang akan disampaikan kepada masyarakat tersebut sudah berusaha senetral mungkin.

Salah satu elemen masyarakat yang kerap merasa dirugikan oleh pemberitaan media massa Indonesia adalah Ormas Islam. Ormas Islam menganggap media massa Indonesia tidak netral setelah membaca, menyimak, dan mendengar prodak jurnalistik yang diproduksi media massa, sementara pengelola media massa bersikukuh prodak jurnalistik yang dpublikasikannya sudah memenuhi kriteria jurnalistik yang beretika dan memenuhi unsur netralitas.

Namun apapun itu, tarik ulur soal netralitas masih terjadi di Indonesia. Lalu timbul pertanyaan bagaimana Ormas Isalam di Indonesia memaknai soal realitas media massa? Buku ini berusaha menjawab pertanyaan tersebut dengan menggunakan pendekatan kualitatif tradisi fenomenologi.

Buku ini berisi kajian kognisi, afeksi dan konasi ulama Indonesia kepada netralitas media massa Indonesia. Dan isi buku hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi positif bagi para pemegang kebijakan media massa di Indonesia, maupun memberikan kontribusi positif kepada pengembangan ilmu, khususnya Ilmu Komunikasi.

Buku yang berada di tangan pembaca merupakan hasil penelitian yang menggunakan teori-teori komunikasi sebagai “guide” yang membimbing arah isi buku ini. Teori tersebut adalah teori tindakan sosial dari Max weber, teori fenomenorogi dari Alfred Schutz, teori interaksi simborik dari George Herbert Mead. Teori-teori tersebut dipakai untuk menjelaskan bagaimana realitas perilaku ulama secara subjektif saat mereka melakukan aktivitasnya. Tentu saja buku ini tidak menjawab semua hal peran media, tetapi menjadi salah satu bagian dimana peran ulama dicatat d alam media.