

## BAB II KERANGKA TEORI

### A. Deskripsi Teori

#### 1. Komunikasi Islam

##### a. Pengertian Komunikasi Islam

Komunikasi adalah bercakap, mengirimka pesan, berita, ide, perasaan, pemikiran, serta pendapat dari tindakan seseorang kepada orang lain dengan mengharapkan jawaban, tanggapan, atau timbal balik (*feedback*).<sup>1</sup> Komunikasi juga berarti memilih cara serta menggunakan sarana yang terbaik dengan tujuan mengalihkan kabar, makna, rasa, dan gagasan kepada pihak lain juga memengaruhi pemikiran mereka serta meyakinkan mereka terhadap apa yang kita kehendaki baik dengan bahasa ataupun yang lainnya.<sup>2</sup> Sederhananya, komunikasi adalah penyampaian informasi dari pihak ke pihak yang lainnya.

Seringkali komunikasi dipautkan dengan dakwah sebab dalam kegiatan dakwah tentu melalui proses yang komunikasi di dalamnya. Perlu adanya penjelasan keilmuan untuk membedakannya. Komunikasi bersumber dari bahasa Inggris, *to communicate* yang memiliki arti menyampaikan, sedangkan dakwah berasal dari bahasa Arab *da'a*, *yad'u*, *da'watan*, dengan arti memanggil atau mengajak. “Menyampaikan” dan “mengajak” tidaklah sama. Komunikasi menitik beratkan analisisnya pada fenomena menyampaikan pesan agar terjadi perubahan dengan adanya pesan tersebut, sedangkan dakwah menitik beratkan analisisnya pada fenomena memanggil atau mengajak untuk melakukan perubahan.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Abdul Muis, *Komunikasi Islam* (Bandung: PT remaja Rosdakarya, 2001), 36.

<sup>2</sup> Harjani Hefni, *Komunikasi Islam* (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), 3.

<sup>3</sup> Asep Syaiful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah: Teori Pendekatan, dan Aplikasi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012), 7.

Ihwal yang membedakan komunikasi Islam dengan Komunikasi secara umum yakni terdapat pada latar belakang filosofisnya dan aspek etikanya yang juga didasarkan pada landasan filosofi tersebut. Etika komunikasi Islam secara umum kurang-lebih juga identik dengan etika komunikasi umum. Terkait perintah dan larangan juga serupa dengan etika antara keduanya. Yang membedakan yakni adanya sanksi dan pahala.<sup>4</sup>

Lain halnya dengan gagasan Abdul Basit yang menjelaskan perbedaan Komunikasi Islam dan Komunikasi umum dengan lebih tegas. Komunikasi umum cenderung mengabaikan nilai atau etika sehingga perubahan dari proses komunikasi hanya bersifat alamiah. Padahal etika merupakan unsur yang sangat diperlukan untuk mengarahkan serta membimbing para pelaku dalam mensukseskan proses komunikasi.<sup>5</sup>

Selain itu, komunikasi umum dalam kajian epistemologi ilmunya kurang mengapresiasi realitas yang bersifat metafisik sehingga sumber kebenaran yang berasal dari intuisi dan wahyu tidak mendapatkan tempat. Implikasi dari pemahaman tersebut, komunikasi transenden atau komunikasi manusia dengan Tuhan atau perkara yang bersifat ghaib tidak menjadi bahasan dalam komunikasi umum. Kenyataannya, secara naluriah manusia membutuhkan kehadiran serta peran Tuhan dalam kehidupannya. Diakui atau tidak, eksistensi serta peran Tuhan tidak bisa diabaikan begitu saja. Adanya alam semesta, kematian, dan utusan Tuhan sebagai bukti-bukti nyata terkait adanya Tuhan di muka bumi ini.<sup>6</sup> Oleh karena itu, islam melihat kelemahan ini dan menjadikannya pintu masuk untuk mengembangkan ilmu komunikasi Islam yang berlandaskan pada Al-Qur'an dan Al-Hadits.

---

<sup>4</sup> Abdul Pirol, *Komunikasi dan Dakwah Islam* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 14–15.

<sup>5</sup> Abdul Basit, *Konstruksi Ilmu Komunikasi Islam* (Yogyakarta: Lontar Mediatama, 2018), 59.

<sup>6</sup> Abdul Basit, 61.

Beranjak dari kelemahan-kelemahan tersebut, penulis sepakat dengan pendapat keduanya dan setuju pada definisi komunikasi Islam yang di kemukakan oleh Muhammad Kamal al-din Ali Yusuf yakni “tindakan menyampaikan informasi, gagasan-gagasan dan sikap-sikap yang benar dan akurat menurut Islam” (*the act of transmitting ma'lumat -information, ideas, and attitude- which are true and accurate according to Islam*).<sup>7</sup> Ilmu komunikasi Islam mempunyai objek formal pesan-pesan yang disampaikan oleh pengirim pesan (komunikator) dengan berlandaskan pada Al-Qur'an dan As-Sunnah, sehingga pesan tersebut tidak melanggar etika dan nilai-nilai Islam. Sedangkan sanksi bagi pelanggar etika berlaku baik di dunia maupun di akhirat. Komunikasi juga memiliki etika, akan tetapi etika tersebut berdasarkan filsafat yang merupakan hasil dari pemikiran manusia dan sanksinya hanya berlaku di dunia.<sup>8</sup>

Berdasarkan informasi dari Al-Qur'an dan As-Sunnah ditemukan bahwa komunikasi Islam adalah komunikasi yang berupaya untuk membangun hubungan dengan diri sendiri, dengan Sang Pencipta, serta dengan sesama untuk menciptakan kedamaian, keramahan, dan keselamatan untuk diri dan lingkungan dengan cara tunduk pada perintah Allah dan Rasul-Nya.<sup>9</sup> Maka dari itu, komunikasi Islam bukan sekadar pelabelan Islam untuk komunikasi. Lebih dari itu, Islam sangat peduli dengan komunikasi yang menyelamatkan umat baik di dunia maupun di akhirat.

#### **b. Prinsip-prinsip Komunikasi Islam**

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan prinsip-prinsip komunikasi Islam yang dirumuskan oleh Jalaluddin Rahamat dalam bukunya *Islam Aktual: Refleksi Sosial Seorang Cendekiawan Muslim* yang menyebutkan enam bentuk gaya bicara (qawlan)

---

<sup>7</sup> Abdul Basit, *Konstruksi Ilmu Komunikasi Islam* (Yogyakarta: Lontar Mediatama, 2018), 59-60.

<sup>8</sup> Abdul Muis, *Komun. Islam*, 34-35.

<sup>9</sup> Hefni, *Komun. Islam*, 14.

di dalam Al-Qur'an. Bentuk-bentuk prinsip komunikasi Islam tersebut adalah:<sup>10</sup>

1) *Qaulan Sadida* (perkataan yang benar)

Kata *qaulan sadida* disebut dua kali dalam Al-Quran. Pertama, Allah menyuruh manusia menyampaikan *qaulan sadida* dalam urusan anak yatim dan keturunan yang terdapat dalam QS. An-Nisaa ayat 9:

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكَوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً  
ضِعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا  
قَوْلًا سَدِيدًا - ٩

Artinya: “Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang mereka sekiranya meninggalkan keturunan yang lemah di belakang mereka yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan)nya. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah, dan hendaklah mereka berbicara dengan tutur kata yang benar”.<sup>11</sup>

Para mufasir mengartikannya *qaulan sadida* pada ayat ini sebagai perkataan yang adil. Ayat tersebut mengajarkan tentang kehati-hatian serta kekhawatiran terhadap orang-orang mu'min terkait anak-anak yang ditinggalkan. Tidak sembarangan dalam urusan mewasiatkan harta, terlebih ketika berkaitan dengan hak anak.<sup>12</sup>

Dalam menulis berita dikenal juga istilah *cover both side* yang berarti perlakuan adil pada semua pihak yang menjadi objek berita atau juga biasa disebut pemberitaan yang berimbang. Bagaimana kita dapat berkomunikasi atau

<sup>10</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Islam Aktual: Refleksi Seorang Cendekiawan Muslim* (Bandung: Mizan, 1994), 76–87.

<sup>11</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Sygma, n.d.), 78.

<sup>12</sup> Salmah Fa'atin dan Riza Zahriyal Falah, “Da’i Modern: Mewujudkan Penyiaran Islam Komprehensif Berbasis Etika Komunikasi Qur’ani,” *At Tabsyir* 5, no. 2 (2015): 6.

menyampaikan informasi dengan seimbang baik terhadap kaum kerabat, pejabat, atau dengan fakir miskin sekalipun.<sup>13</sup>

Seorang penulis berita yang adil, akan menempatkan dirinya untuk tidak menimbulkan keberpihakan, juga menyangkut keberanian untuk menyampaikan yang benar dan yang salah kepada siapapun. Bersifat nertal, seimbang dan independen.<sup>14</sup>

Kedua, Allah memerintahkan qawlan sadidan setelah taqwa. Hal ini terdapat dalam QS. Al-Ahzab: 70

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا - ٧٠

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar”<sup>15</sup>

Penafsiran terhadap *qaulan sadida* dalam ayat ini yakni berkata yang benar.<sup>16</sup> Kejujuran dalam berkomunikasi yaitu menyampaikan pesannya secara benar berdasarkan fakta dan data serta tidak memutar balikkannya.<sup>17</sup>

Kebenaran suatu pendapat dalam lapangan ilmiah yang terkandung dalam sebuah berita dapat diuji berdasarkan kriteria tertentu, sumber rujukan yang menopang argumentasinya, serta metodologi dalam mengambil kesimpulan

<sup>13</sup> Harjani Hefni, *Komunikasi Islam* (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), 262.

<sup>14</sup> Mutiawati, 164–165.

<sup>15</sup> Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 427.

<sup>16</sup> Nurul Saniah, Muallimah, dan Indah Lestari, “Penerapan Prinsip-Prinsip Komunikasi Islam Oleh Pt Ulfa Rizki Dalam Mensosialisasikan Ibadah Haji Dan Umrah Di Kota Medan,” *Ansiriru PAI* 2, no. 2 (2018): 150.

<sup>17</sup> Mutiawati, “Prinsip-prinsip Jurnalistik [Bercirikan] Islam,” 164.

pendapatnya.<sup>18</sup> Berikut pemakaian dari pengertian yang benar:

a) Sesuai dengan kriteria kebenaran

Benar yang pertama bermakna sesuai dengan kebenaran. Dalam segi substansi mencakup faktual, tidak direayasa ataupun dimanipulasi. Sedangkan dari segi redaksi, harus menggunakan kata-kata yang baik dan benar, baku dan selaras dengan kaidah bahasa yang berlaku.

b) Tidak bohong

Makna benar yang kedua dari qawlan sadidan adalah ucapan yang jujur, tidak bohong dapat diwujudkan dengan menjaga lisan. Nabi Muhammad saw bersabda :

“Dari Abu Juhaifah, Rasulullah Saw bertanya: “amal apa yang paling disukai Allah? Para sahabat terdiam. Tidak seorang pun menjawab. Kemudian, beliau sendiri menjawab dengan bersabda; Menjaga lisan.”

2) *Qaulan Baligha* (perkataan yang efektif, tepat sasaran)

Kata “baligh” dalam Bahasa Arab artinya sampai, mengenai sasaran atau mencapai tujuan. Apabila dikaitkan dengan qaul (ucapan atau komunikasi), “baligh” berarti fasih, jelas maknanya, terang, tepat mengungkapkan apa yang dikehendaki. Maka dari itu prinsip *qawlan baligha* dapat diterjemahkan sebagai prinsip komunikasi yang efektif.

Secara terperinci, ungkapan qawlan baligha dapat dilihat dalam QS. An-Nisaa: 63

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ  
عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي أَنفُسِهِمْ قَوْلًا

بَلِيغًا - ٦٣

<sup>18</sup> Suf Kasman, *Pers dan Pencitraan Umat Islam di Indonesia* (Balai Lintang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2010), 346.

Artinya: “Mereka itu adalah orang-orang yang (sesungguhnya) Allah mengetahui apa yang ada di dalam hatinya. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka nasihat, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang membekas pada jiwanya”.<sup>19</sup>

Lebih mendalam penafsiran dari ayat tersebut yakni mengumpamakan hati mereka sebagai media penerima ucapan, dan media tersebut perlu diperhatikan. Sehingga apa yang dimasukkan ke dalamnya sesuai, baik dari segi kuantitas maupun sifat dari media tersebut. Dalam hal ini, terdapat jiwa yang perlu diasah melalui perkataan-perkataan yang halus, dan ada pula yang harus diperlakukan dengan ucapan-ucapan yang keras atau berupa ancaman yang mengerikan. Di samping itu penyampaian serta waktunya pun harus diperhatikan.

Oleh Jalaluddin Rahmat qawlan baligha di rinci menjadi dua pola. Pertama, qawlan baligha terjadi ketika sang penyampai pesan menyesuaikan bahasa yang ia gunakan dengan sifat-sifat audien yang dihadapinya sesuai dengan frame of reference and field of experience. Kedua, qawlan baligha terjadi jika penyampai informasi menyentuh audiennya tepat pada sanubari dan pikirannya sekaligus. Jika ditelaah secara lebih mendalam dapat diambil kesimpulannya bahwa term *qawlan baligha* dapat diterapkan dengan menggunakan pilihan kata yang efektif, tepat pada sasaran, komunikatif, mudah dipahami, langsung ke inti dari masalah (*straight to the point*), dan tidak bertele-tele. Untuk mewujudkan hal tersebut, gaya bicara serta informasi yang disampaikan hendaklah disesuaikan dengan tingkat intelektualitas

---

<sup>19</sup> Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 88.

komunikasikan dan menggunakan bahasa yang dapat dipahami dengan baik oleh mereka.

3) *Qawlan karima* (perkataan yang mulia)

Tutur kata yang mulia, disertai dengan rasa penuh penghormatan dan mengagungkan, nyaman didengar, lemah-lembut, serta bertata krama. Ketika dikaji lebih mendalam, komunikasi dakwah dengan menggunakan *qawlan karima* lebih diorientasikan kepada cara penyampaian pesan kepada pihak yang lebih tua. Sehingga, pendekatan yang dimaksud lebih pada pendekatan dengan mengutamakan sopan santun alam penyampiannya. Dalam artian, memberikan penghormatan serta tidak berirama menggurui dan retorika yang berapi-api.

Terkait dengan hal tersebut, ungkapan *qawlan karima* ini terdapat dalam QS. Al-Israa: 23

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ  
إِحْسَانًا ۗ إِذَا يَبْلُغَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ  
كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ  
لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا - ٢٣

Artinya: “Dan Tuhanmu telah memerintahkan agar kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah berbuat baik kepada ibu-bapak. Jika salah seorang diantara keduanya atau kedua-duanya sampai berusia lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah engkau mengatakan kepada keduanya perkataan “ah” dan janganlah engkau membentak keduanya, dan ucapkanlah kepada keduanya perkataan yang baik”.<sup>20</sup>

Berdasarkan pada penjelasan diatas maka *qawlan karima* dapat dimanfaatkan dalam

<sup>20</sup> Indonesia, 284.



kondisi dimana penerima pesan merupakan kelompok orang yang sudah masuk pada kategori lanjut usia. Seseorang komunikator yang tengah berupaya memasuki ranah audiens yang telah masuk kategori lanjut usia, seyogyanya diperlakukan tidak berbeda dengan memperlakukan orang tua sendiri dengan penuh penghormatan dan tidak kasar. Sebab, sekalipun telah mencapai usia lanjut, bisa saja melakukan perbuatan yang salah atau perkara-perkara yang sesat menurut pandangan agama.

Komunikasi yang baik bukan diukur dari tinggi rendahnya jabatan atau pangkat seseorang, melainkan diukur dari bahasa seseorang dalam bertutur. Seringkali seseorang gagal berkomunikasi dengan baik dengan lawan bicaranya disebabkan keliru dalam menggunakan pilihan kata dan memiliki potensi merendahkan orang lain. Permasalahan perkataan tidak dapat disepelekan dalam komunikasi. Sebab, kesalahan dalam berucap dapat berimbas pada kualitas komunikasi dan pada masanya akan mempengaruhi kualitas hubungan sosial. Lebih parahnya dapat memutuskan hubungan sama sekali.

4) *Qawlan ma'rufa* (perkataan yang baik, pantas)

Term *qawlan ma'rufa*, apabila ditelaah lebih lanjut dapat diartikan dengan “perkataan yang pantas dan baik”. “Pantas” di sini juga bisa memiliki arti sebagai kata-kata yang “terhormat”, sedangkan “baik” memiliki makna sebagai kata-kata yang “sopan”.

*Qawlan ma'rufa* juga bermakna perkataan yang dapat memberikan manfaat dan menumbuhkan kebaikan. Sebagai umat Islam yang beriman, sudah seharusnya kita terjaga dari percakapan yang tidak berguna, segala yang kita ucapkan hendaknya selalu mengandung nasehat, menyejukkan sanubari bagi orang yang mendengar. Jangan sampai kita tergolong sebagai orang-orang yang hanya mencari-cari kejelekan

dari yang lain, hanya dapat mengkritik serta mencari kesalahan orang lain, memfitnah serta menimbulkan menghasut.

Ungkapan *qawlan ma'rufan* terungkap dalam QS. An Nisaa: 8

وَإِذَا حَضَرَ الْقِسْمَةَ أُولُو الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ  
وَالْمَسَاكِينُ فَارْزُقُوهُمْ مِنْهُ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا  
مَعْرُوفًا ۗ ۘ

Artinya: “Dan apabila sewaktu pembagian itu hadir beberapa kerabat, anak-anak yatim dan orang-orang miskin, maka berilah mereka dari harta itu (sekedarnya) dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik”.<sup>21</sup>

Dari ayat tersebut telah dijelaskan bahwa *qawlan ma'rufa* merupakan perkataan yang baik. Allah menggunakan frase ini saat membicarakan hal terkait kewajiban orang-orang kaya atau kuat terhadap orang-orang miskin atau lemah. *Qawlan ma'rufa* bermakna perkataan yang bermanfaat membuka wawasan pengetahuan, mencerahkan pemikiran, menunjukkan solusi dari kesulitan yang tengah melanda, apabila tidak mampu membantu secara material, setidaknya dapat memberi bantuan dari segi psikologi.

Mafri Amir menjelaskan lebih rinci, kritik yang disampaikan harus bersifat kritik konstruktif, yakni penyampaian kesalahan ataupun kekurangan yang sedang terjadi bukan hanya sebatas menunjukkan kesalahannya akan tetapi juga perlu disertai dengan saran-saran yang membangun. Karena sebuah kesalahan yang dibiarkan tanpa penyesuaian akan bertambah luas dan menimbulkan kesengsaraan bagi korban.

<sup>21</sup> Indonesia, 87.

Sebagaimana firman Allah dalam QS. Ali Imran: 104

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ  
وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ  
وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ - ١٠٤

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung.”<sup>22</sup>

##### 5) *Qawlan layyina* (lemah lembut)

*Qawlan layyina* memiliki arti ucapan yang lemah lembut, dengan irama yang nyaman didengar, serta terpancar keramahan, tidak mengeraskan suara seperti membentak atau meninggikan suara. Tidak ada yang suka berbicara dengan orang yang kasar. Rasulullah senantiasa bertutur kata dengan bahasa yang lembut dan menyejukkan, sehingga mampu menyentuh sanubari bagi pendengarnya.

Perintah untuk berperilaku lemah lembut terdapat dalam QS. Thaa-haa: 44

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَيَمَنَّا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى - ٤٤

Artinya: “Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya (Fir’aun) dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan dia sadar atau takut”<sup>23</sup>.

Ayat ini mengisahkan dakwah Nabi Musa dan Nabi Harun yang diperintahkan Allah untuk menghadapi Fir’aun. Menjelaskan bahwa keduanya hendaklah berdakwah dengan bahasa yang lembut dalam menghadapi Fir’aun sekalipun ia adalah seorang raja yang keji. Fir’aun dengan kekuasaannya yang ia miliki, kuat,

<sup>22</sup> Indonesia, 23.

<sup>23</sup> Indonesia, 314.

serta memiliki peradaban yang tinggi hingga melahirkan kesombongan yang membuatnya lalai dan mengakui dirinya sebagai Tuhan, melupakan hakikat diri sebagai hamba Allah. Memaksa rakyat untuk mengakui ke-Tuhanannya.<sup>24</sup>

Disini terdapat hal yang menarik. Fir'aun merupakan raja yang amat Jahat lagi keras, namun Nabi Musa dan Nabi Harun diperintahkan oleh Allah untuk tetap berdakwah dengan cara lemah lembut. Terkait hal ini, Ar-Razi menyebutkan dua alasan. Pertama, Nabi Musa perdah dididik, dirawat, dibesarkan serta ditanggung kehidupannya secara langsung sedari bayi sampai dewasa oleh Fir'aun. Kedua, ketika penguasa bertindak kejam dan dzalim, kekerasan hanya akan membuatnya semakin murka. Maka dari itu, berlaku lemah lembut dan dengan berbahasa yang manmpu meluluhkan sanubari dapat menjadi alternatif dalam menghadapi masalah tersebut.<sup>25</sup>

Akan tetapi, menurut Mafri Amir, Alquran juga membolehkan menggunakan bahasa yang tidak lembut yaitu bahasa yang keras, terus terang, serta membeberkan keburukan orang yang menganiaya kita. Sebagaimana firman Allah dalam QS An Nisa' : 148:

لَا يُحِبُّ اللَّهُ الْجَهْرَ بِالسُّوءِ مِنَ الْقَوْلِ إِلَّا مَنْ ظَلَمَ ۗ وَكَانَ اللَّهُ سَمِيعًا عَلِيمًا - ١٤٨

Artinya: "Allah tidak menyukai ucapan buruk, (yang diucapkan) dengan terus terang kecuali oleh orang yang dianiaya. Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui<sup>26</sup>"

<sup>24</sup> Hefni, *Komun. Islam*, 91.

<sup>25</sup> Erna Kurniawati, "Analisis Prinsip-Prinsip Komunikasi Dalam Perspektif Al-Qur'an," *Al-Munzir* 12, no. 2 (2019): 238.

<sup>26</sup> Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 102.

6) *Qawlan maisura* (mudah diterima)

Dalam Al-Qur'an ditemukan term *qawlan maisura* yang merupakan salah satu tuntunan untuk melakukan komunikasi dengan mempergunakan bahasa yang mudah dipahami dan menenangkan batin. Secara istilah *qawlan maisura* berarti "mudah".

Penjelasan selengkapnya dalam komunikasi dakwah dengan menggunakan *qawlan maisura* berarti bahwa dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah, seorang dai harus mampu menggunakan bahasa yang "ringan", "sederhana", "pantas", atau yang "mudah diterima" oleh audien secara langsung tanpa harus berpikir lebih keras. Kata *qawlan maisura* terdapat pada QS. Al Isra: 28

وَأِمَّا تُعْرِضَنَّ عَنْهُمُ ابْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِنْ رَبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ  
قَوْلًا مَيْسُورًا - ٢٨

Artinya: "Dan jika engkau berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang engkau harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang lemah lembut".<sup>27</sup>

Turunnya ayat tersebut berkenaan dengan kasus suatu kaum yang ditolak oleh Rasulullah permintaannya, sebab Rasulullah mengetahui bahwa mereka seringkali membelanjakan harta pada perkara yang tidak bermanfaat. Berpalingnya Rasulullah Saw semata bertujuan untuk mengharapkan rahmat dari Allah Swt, sebab hal tersebut bermakna bahwa beliau tidak mendukung perilaku menghambur-hamburkan harta. Dan penolakan tersebut ditunjukkan oleh Rasul dengan tetap berkata yang baik, menenangkan serta mudah dimengerti.<sup>28</sup> Hal ini juga sebagai petunjuk bagi Rasulullah, ketika

<sup>27</sup> Indonesia, 285.

<sup>28</sup> Waryani Fajar Riyanto dan Mokhamad Mahfud, *Komunikasi Islam* (Yogyakarta: Galuh Patria, 2012), 147.

menolak permohonan, hendaklah ditolak dengan menggunakan bahasa yang lembut. Apabila dilihat dari konteks ayat tersebut, maka ungkapan “ucapan yang mudah dan pantas” merupakan suatu ungkapan yang membuat orang lain mempunyai harapan yang baik dan tidak menimbulkan kekecewaan pada mereka.

## 2. Konseptualisasi Pemberitaan

### a. Pengertian Berita

Menurut KBBI definisi berita adalah cerita atau keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat.<sup>29</sup> Poin penting pada uraian tersebut yakni “peristiwa yang hangat” yakni sesuatu yang baru saja terjadi dan juga amat penting bagi khalayak untuk mengetahuinya,

Romli menjelaskan bahwa berita adalah laporan peristiwa terbaru. Tidak semua peristiwa yang terjadi layak untuk dilaporkan, peristiwa yang layak untuk diberitakan hanyalah kejadian atau peristiwa yang memenuhi kriteria nilai berita dengan unsur-unsur yang mencakup: fakta, akurat, ide, tepat waktu, menarik, penting, opini dan sejumlah khalayak.<sup>30</sup>

Meskipun terdapat fakta tetapi jika tidak dinilai penting, aktual dan menarik oleh sejumlah besar orang, maka hal tersebut belum bisa diangkat menjadi bahan berita. Atau sebaliknya, apabila unsur-unsur tersebut diatas tidak terdapat pada data yang akan dikemas dalam penulisan berita, tetapi seorang redaktur tetap menyajikannya, maka konsekuensi yang akan diperoleh adalah hilangnya minat konsumen terhadap berita yang disajikan.<sup>31</sup>

Sementara Sudirman Tebba menyampaikan pendapatnya dengan singkat mengungkapkan bahwa berita adalah jalan cerita tentang terjadinya

---

<sup>29</sup> <http://kbbi.web.id/berita> Diakses pada 6 Januari 2021 Pukul 20.30 WIB.

<sup>30</sup> Asep Syamsul M. Romli, *JURNALISTIK ONLINE: Panduan Mengelola Media Online* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2018), 72.

<sup>31</sup> Samuel Munir Amin, *JURNALISTIK: Teori dan Praktik* (Wonosobo: Biti Djaya, 2018), 85.

peristiwa. Maka dari itu ia berpendapat bahwa peristiwa dan jalan cerita merupakan aspek penting dalam pemberitaan. Sebuah peristiwa tanpa adanya jalan cerita bukanlah sebuah berita dan cerita tanpa peristiwa pun juga tidak dapat disebut sebuah berita berita.<sup>32</sup>

Dari penjabaran definisi diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa berita dapat diartikan sebagai suatu kejadian atau peristiwa penting yang baru saja terjadi juga memiliki jalan cerita yang dapat disampaikan pada khalayak umum.

#### **b. Nilai Berita**

Ada beberapa elemen tertentu yang harus dipenuhi untuk menjadikan sebuah berita menjadi menarik untuk dibaca, didengar, atau ditonton. Nilai penting dan menarik itu sendiri sangat relatif. Tergantung bagaimana peristiwa, opini dan fakta tersebut penting diketahui khalayak. Sehingga mereka tertarik untuk terus mengikuti berita tersebut dan tidak akan berpindah sebelum menuntaskannya.<sup>33</sup>

Hal-hal yang harus dimiliki oleh berita diantaranya yaitu *factual accuracy* (ketepatan fakta), yakni sebuah berita haruslah akurat, cermat dan teliti sehingga tidak menimbulkan kebingungan. Kemudian *Interest to reders* (berguna bagi pembaca), *usefulness to readers* (berguna bagi pembaca), *completeness* (kelengkapan), *timely publications* (publikasi tepat pada waktunya) agar selalu menjadi kabar yang hangat dan aktual, *depicts subject in favorable light* (memaparkan permasalahan dengan baik), *mechanical/grammatical accuracy* (mekanisme/tata bahasa yang tepat) dan *fairness to different views* (keadilan atas adanya perbedaan pandangan).<sup>34</sup>

---

<sup>32</sup> Sudirman Tebba, *Jurnalistik Baru* (Jakarta: Kalam Indonesia, 2005), 55.

<sup>33</sup> Murtiadi, And Dwi prasetia Danarjati, dan Ari Ratna Ekawati, *Psikologi Komunikasi* (Yogyakarta: Psikosain, 2015), 112.

<sup>34</sup> Ni Luh Ratih Maha Rani, "Persepsi Jurnalis dan Praktisi Humas terhadap Nilai Berita," *ilmu komunikasi* 10, no. 1 (2013): 84–85.

Salah satu hal yang dapat memengaruhi nilai sebuah berita yakni penggunaan bahasanya, dimana dalam dunia pers biasa disebut bahasa jurnalistik. Mas'ud Muhammad menyebutkan dalam bukunya yang berjudul “Setajam Bahasa Jurnalistik”, bahasa Jurnalistik harur singkat, padat, sederhana, jelas, lugas, dan menarik. Serta tetap berpedoman pada kaidah tata bahasa Indonesia yang baku. Untuk kosa kata, bahasa jurnalistik mengikuti perkembangan kosa kata yang berkembang di masyarakat.<sup>35</sup>

Menurut AS Haris yang dikutip Shara Oktaviani, terdapat ciri khas bahasa jurnalistik, diantaranya yaitu:

- 1) Sederhana, artinya mengutamakan kata atau kalimat yang paling banyak di ketahui oleh khalayak yang sangat heterogen.
- 2) Singkat, artinya menghindari penjelasan yang panjang, bertele-tele, dan mendayu-dayu.
- 3) Padat, artinya menyampaikan informasi yang lengkap sesuai dengan kebutuhan khalayak.
- 4) Lugas, artinya menyampaikan informasi secara langsung dan tegas.
- 5) Jelas, artinya informasi yang disampaikan dapat dipahami oleh khalayak umum dengan mudah, tidak ambigu.
- 6) Jernih, artinya tidak menyembunyikan sesuatu hal lain yang bersifat negatif seperti prasangka atau fitnah.
- 7) Menarik, artinya mampu meningkatkan minat serta perhatian khalayak.
- 8) Populis, artinya setiap bagian dari karya jurnalistik harus akrab di benak khalayak.
- 9) Gramatikal, artinya karya jurnalistik dalam penyampaiannya harus mengikuti kaidah tata bahasa baku.
- 10) Menghindari kata dan istilah asing<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> Mas'ud Muhammad, *Setajam Bahasa Jurnalistik* (Yogyakarta: Pustaka AQ, 2017), 91–92.

<sup>36</sup> Shara Oktaviani Alam dan Kartini Rosmalah Dewi Katili, “Komperasi Penerapan Bahasa Jurnalistik Portal Berita Daring Nasional,” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 2, no. 2 (2019): 167–69.



Menurut Samsul Munir beberapa elemen nilai berita yang bisa menjadi daya tarik bagi pembaca diantaranya adalah.<sup>37</sup>

- 1) *Timeliness*, yaitu hal yang berkaitan dengan ketepatan waktu. Unsur waktu merupakan hal yang sangat dalam berita karena peristiwa yang terjadi pada hari ini harus disisarkan hari ini juga, sesuai dengan waktu yang dibutuhkan oleh masyarakat pembaca atau pemirsa.
- 2) *Proximity*, yaitu berkaitan dengan kedekatan dengan pembaca. Kedekatan disini maksudnya sangat bervariasi, yakni dapat berarti dekat dilihat dari segi lokasi, pertalian ras, profesi, kepercayaan, kebudayaan, agama maupun kepentingan yang terkait lainnya.
- 3) *Prominence*, yakni orang yang terkemuka. Seorang yang terkenal akan menjadi bahan berita yang menarik, seperti tokoh politik, agama, seniman maupun tokoh militer.
- 4) *Concequence*, yaitu berkaitan dengan konsekuensi dalam berita serta pengaruhnya terhadap khalayak. Segala tindakan atau kebijakan, peraturan, perundangan dan lain-lain yang berpotensi menimbulkan kerugian atau keuntungan untuk banyak orang, akan menjadi bahan berita yang menarik.
- 5) *Conflict*, yakni peristiwa-peristiwa yang terjadi akibat perselisihan paham dengan masing-masing pihak merasa benar. Konflik merupakan salah satu unsur dalam kehidupan sehingga menjadi komoditas berita yang ditunggu-tunggu masyarakat.
- 6) *Development*, merupakan pemberitaan yang mengangkat tentang keberlangsungan pembangunan. Materi ini cukup menarik apabila wartawan mampu membawakannya dengan baik.
- 7) *Dissaster* (bencana) dan crimes (kriminal), berita-berita semacam gempa bumi, tanah longsor, kebakaran, banjir, penyebaran virus, dan

---

<sup>37</sup> Samuel Munir Amin, *JURNALISTIK: Teori dan Praktik*, 87–93.

bencana lainnya termasuk tindakan kriminal adalah perkara yang menyangkut keselamatan manusia, tentu akan mendapatkan tempat bagi para pemirsa.

- 8) *Weather* (cuaca) di beberapa negara memiliki pengaruh besar dalam kegiatan sehari-hari karena bisa berubah dari menit ke menit,
- 9) *Sport*, segala informasi yang berkaitan tentang olah raga menjadi bagian yang sangat menarik dalam pemberitaan. Negara yang maju biasanya juga memiliki banyak prestasi dalam olah raga
- 10) *Human Interest*, yakni kisah yang memiliki nilai kemanusiaan di dalamnya dan dapat membangkitkan emosi seperti kesedihan, kemarahan, simpati, cinta, dan sebagainya.

### c. Struktur Berita

Struktur berita dimulai dari ringkasan atau klimaks pada alenia pembukanya, pengembangan lebih lanjut terdapat dalam alenia-alenia setelahnya dengan rincian cerita kronologis atau dalam urutan yang semakin menurun daya tariknya. Alenia pembuka tersebut adalah teras berita atau *lead*, sedangkan alenia selanjutnya adalah tubuh berita. Kusumaningrat menjelaskan struktur berita sebagai berikut:

#### 1) *Lead*

*Lead* atau teras berita adalah alenia pertama yang mencerminkan pokok terpenting berita. Dalam *straight news* tugas pertama reporter dalam mengembangkan *lead* adalah menyaring unsur penting dari catatan hasil liputannya. Rumus 5W+1H merupakan unsur-unsur sebuah *lead* yang lengkap.

Sebuah *lead* sebaiknya paling panjang terdiri atas 30-45 kata, sebab orang akan lebih mengerti dan menangkap kalimat pernyataan yang pendek dan sederhana. Semakin sederhana sebuah kalimat maka semakin baik.

#### 2) Tubuh Berita

Tubuh berita merupakan bagian yang menceritakan *lead* secara detail dengan fakta-fakta

dan peristiwa yang disusun secara logis, baik dalam urutan yang menurun dari yang penting ke yang kurang penting dalam urutan secara kronologis. Tubuh berita memiliki dua tujuan. Pertama, menjelaskan dan menguraikan pokok-pokok masalah yang disajikan dalam lead. Kedua, menambahkan dan menguatkan pokok-pokok yang kurang penting yang tidak diberikan dalam lead.<sup>38</sup>

Struktur berita yang seperti dipaparkan di atas merupakan struktur model pemberitaan yang dikenal secara umum pada media berita konvensional. Sekalipun juga digunakan pada media online, terkadang tidak begitu cocok karena masing-masing elemen berita dapat terhubung dengan beragam konteks makna yang lain, sehingga berita *online* akan memberikan beragam perspektif dari fakta dan peristiwa, menghubungkan dengan fakta dan peristiwa lain.<sup>39</sup>

#### d. Jenis-Jenis Berita

Secara umum berita dapat dikelompokkan menjadi tiga bagian, yakni: *hard news* (berita berat), *soft news* (berita ringan), dan *investigative reports* (laporan penyelidikan). Berikut penjelasannya:<sup>40</sup>

##### 1) Hard News

Hard News merupakan berita tentang peristiwa yang dianggap penting bagi masyarakat baik sebagai individu, kelompok atau organisasi. Misalnya berita tentang diberlakukannya suatu kebijakan baru dari pemerintah, dan tentu saja akan menyangkut kepentingan orang banyak sehingga banyak yang ingin mengetahuinya.

##### 2) Soft News

Soft News sering kali disebut feature yakni berita yang tidak terikat dengan aktualitas akan tetapi memiliki daya tarik bagi pembaca atau pemirsanya. Berita jenis ini seringkali lebih

---

<sup>38</sup> Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik: Teori & Praktik* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), 126–48.

<sup>39</sup> Mahfud Anshori, “Jurnalistik Online Indonesia: Analisis Framing Tiga Portal Berita Online di Indonesia,” *Komunikasi* 5, no. 2 (2011): 136.

<sup>40</sup> Samuel Munir Amin, *JURNALISTIK: Teori dan Praktik*, 94–96.

menitikberatkan pada hal-hal yang unik dan menakjubkan yang dapat menimbulkan emosi tertentu bagi pembacanya.

### 3) Investigative Reports

Investigative reports atau juga disebut laporan penyelidikan merupakan jenis berita yang eksklusif karena memerlukan waktu yang lama serta menghabiskan energi reporter dalam proses penyelidikannya, sehingga menghasilkan berita yang akurat, lengkap dan dapat dipertanggungjawabkan.

Dalam bagian lain berita juga dapat dibedakan dalam beberapa macam, yakni:

- 1) Straight News: berita langsung, apa adanya, ditulis secara singkat serta lugas.
- 2) Investigation News: berita yang dikembangkan dalam uraian yang menyeluruh dan menggali serta membongkar masalah yang disajikan.
- 3) Interpretative News: berita yang dikembangkan dengan pendapat atau penilaian dari penulisnya atau reporter.
- 4) Opinion News: berita mengenai pendapat seseorang, biasanya pendapat para cendekiawan, tokoh, ahli atau pejabat, mengenai suatu hal, peristiwa, kondisi politik, sosial, budaya, keamanan dan sebagainya.

### e. Berita Covid-19

Pemberitaan terkait wabah Covid-19 merupakan sekumpulan berita yang menginformasikan tentang perkembangan kasus wabah Covid-19, khususnya yang terjadi di wilayah Indonesia. Sejumlah informasi yang beredar di media yakni berkenaan dengan awal munculnya wabah Covid-19 di Wuhan Tiongkok, dampak yang alami oleh pasien korona, jumlah penderitanya, proses awal masuknya di Indonesia (kasus di Depok Jawa Barat), penyebaran Covid-19 ke sejumlah daerah, jumlah korban meninggal, jumlah pasien yang dinyatakan sembuh, penanganan Covid-19 oleh pemerintah, serta kebijakan-kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan penyebaran Covid-19.

Berkenaan dengan fenomena pemberitaan media terkait pandemi virus Corona, ada dua jenis respon atau tanggapan yang tampak lebih menonjol. Gagasan yang pertama diungkapkan oleh beberapa informan yang sependapat bahwa media cenderung menyampaikan berita tentang kasus pandemi virus korona secara berlebihan sebab, berita yang diangkat hanya memperbanyak informasi mengenai kasus pasien yang meninggal, pasien yang ditolak, atau kasus kontroversial lainnya yang berkaitan dengan kematian pasien covid-19. Hal ini dapat memicu kekhawatiran berlebih oleh khalayak serta kecemasan yang cukup tinggi akan keadaan yang ditimbulkan oleh pandemi virus korona. Ketakutan tersebut menjadikan sebagian khalayak bersikap lebih berhati-hati yang diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari dengan cara menaati protokol kesehatan, berupa mengenakan masker, membawa *handsanitizer*, juga mengurangi aktivitas kolektif seperti berbelanja ke pasar atau menjalankan rapat dalam satu ruangan dengan beberapa orang.

Gagasan yang kedua disampaikan oleh seorang informan yang menilai dengan kritis dan skeptis bahwa pemerintah terkesan santai dalam menanggulangi kasus pandemi Covid-19. Menurutnya pemerintah tidak tampak sedang berupaya untuk menemukan atau memberi dukungan untuk para ilmuwan menciptakan vaksin yang dapat dipergunakan untuk menanggulangi ledakan kasus virus korona dalam jangka panjang seperti yang terjadi pada kasus wabah cacar air yang pernah melanda beberapa tahun lalu. Selain itu, dalam pelaksanaan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), pemerintah juga terkesan abai dan tidak tegas dengan membuka sejumlah jalur perhubungan, lebih-lebih jalur udara, yang memungkinkan terjadinya mobilisasi penduduk,

dimana hal tersebut dapat membuka peluang terjadinya penularan virus.<sup>41</sup>

### 3. Media Online

Media massa yang kita ketahui pada masa ini terbagi menjadi tiga kelompok, yakni media cetak, media elektronik dan media *online*. Media cetak menjadi media yang pertama kali muncul dengan ragam bentuk seperti koran, tabloid, buletin, majalah. Kemudian, media elektronik hadir dengan bentuk televisi dan radio. Sedangkan media *online* merupakan media yang berbasis internet, baik itu website maupun radio dan televisi internet atau yang biasa disebut dengan istilah *streaming*.<sup>42</sup>

Media *online* merupakan media yang terbit di dunia maya, dimana telah disebutkan pertama kali oleh Williams Gibson dalam karya novelnya yang memaknai dunia maya sebagai realita yang terhubung secara global didukung komputer, berakses komputer, multi dimensi, artificial, atau virtual.

Menurut Syarifuddin Yunus dalam bukunya *Jurnal Terapan* mengatakan: “Media *online* yaitu media internet seperti website, blog, dan lainnya yang terbit/tayang di dunia maya, dapat dibaca dan dilihat di internet. Media *online* tercatat sebagai media baru dalam kancah pers Indonesia. Menurut beberapa sumber menyebutkan bahwa media *online* di Indonesia mulai lahir sejak tahun 1994.”<sup>43</sup>

Jhon Vernon Pavlik menjelaskan bahwa media baru membawa perubahan di dunia jurnalistik dalam empat sisi. *Pertama*, perubahan isi berita sebagai hasil dari konvergensi teknologi. Berkat teknologi informasi, cara wartawan menyajikan berita bertransformasi, dari teks statis menjadi teks dinamis, dari video/film/grafis menjadi *omni directional images*. *Kedua*, cara jurnalis bekerja dan perubahan perangkat kerja di dunia digital. Berbagai

---

<sup>41</sup> Shella Anggarani, “Fenomena dalam Berita Covid-19,” *ilmu komunikasi* 3, no. 2 (2020): 244–46.

<sup>42</sup> Roni Tabroni, *MEDIA MASSA ISLAM: Sejarah, Dinamika, dan Perannya di Masyarakat* (Yogyakarta: Calulis, 2017), 65.

<sup>43</sup> Dendy Suseno Adhiarso, Prahastiwi Utari, dan Yulius Slamet, “Pemberitaan Hoax di Media *Online* Ditinjau dari Konstruksi Berita dan Respon Netizen,” *ilmu Komunikasi* 15, no. 3 (2017): 220.

perangkat aplikasi teknologi dikembangkan untuk membantu wartawan, mulai dari pengolahan kata sampai words station, yang dapat diintegrasikan ke berbagai platform perangkat keras teknologi yang portabel, sehingga ketika kita melakukan liputan, wartawan cukup berbekal sebuah telepon genggam yang sudah ditanami berbagai perangkat tersebut. *Ketiga* yakni perubahan pada struktur dari ruang redaksi yang secara virtual mengalami transformasi fundamental, tidak lagi mengandalkan pola dan jaringan konvensional. Otomatisasi dan sinkronisasi memberi dampak terhadap proses kerja di ruang redaksi. *Keempat*, media baru mengubah tatanan antara organisasi media, jurnalis dengan publik, termasuk audiens, sumber, pesaing, pengiklan, dan bahkan pemerintah.<sup>44</sup>

Pada dasarnya media *online* memiliki karakteristik tersendiri sekaligus menjadi keunggulan dibandingkan dengan “media konvensional” (cetak/elektronik),<sup>45</sup> diantaranya sebagai berikut:

- a. Multimedia: mampu menyajikan informasi/berita dalam bentuk teks, audio, video, grafis, dan gambar secara bersamaan.
- b. Aktualitas: informasi disajikan dan dapat diakses dengan mudah dan cepat
- c. Update: pembaruan informasi dapat dilakukan dengan cepat baik konten maupun redaksionalnya, seperti kesalahan ketik atau ejaan.
- d. Kapasitas luas: halaman web dapat menampung naskah yang panjang.
- e. Fleksibilitas: jadwal terbit maupun editing bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja.
- f. Luas: mampu menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.
- g. Interaktif: karena terdapat fasilitas kolom komentar dan *chat room*.
- h. Terdokumentasi: informasi tersimpan di “bank data” atau arsip serta dapat ditemukan melalui “link”, “artikel terkait”, dan fasilitas “cari” (*search*).

---

<sup>44</sup> Anshori, “Jurnalistik *Online* Indonesia: Analisis Framing Tiga Portal Berita *Online* di Indonesia,” 135.

<sup>45</sup> Romli, *JURNALISTIK ONLINE: Panduan Mengelola Media Online*, 37.

- i. Hiperlinked: terhubung dengan sumber lain (links) yang berhubungan dengan informasi tersaji.

Selain memiliki kelebihan, tentunya media *online* memiliki kekurangannya sendiri. Beberapa diantaranya yakni memiliki ketergantungan terhadap perangkat komputer serta koneksi internet, bisa dioperasikan oleh “sembarang orang” sekalipun tidak memiliki keterampilan menulis yakni dengan cara “copy-paste” informasi dari situs lain, adanya kecenderungan mata “mudah lelah” terlebih naskah yang panjang, akurasi sering terabaikan imbas mengutamakan kecepatan.<sup>46</sup>

Menurut Septiawan Santana, sepanjang sejarah media massa tercatat bahwa sebuah teknologi baru yang muncul tidak pernah menghilangkan teknologi yang lama. Seperti kemunculan radio yang menggantikan surat kabar, kemudian kemunculan televisi tetap tidak bisa secara total menghilangkannya, sekadar menciptakan sebuah alternatif serta khalayak baru. Maka dari itu anggapan eksistensi media cetak akan tergerus oleh media *online* tidaklah tepat. Media *online* tidak sepenuhnya menggantikan sepenuhnya bentuk-bentuk media lama yang sudah ada, melainkan menciptakan cara baru untuk memproduksi dan mendapatkan konsumen berita. sehingga, menurutnya jurnalisme *online* tidak akan menghapuskan jurnalisme tradisional, namun meningkatkan intensitasnya serta menggabungkan fungsi-fungsi dari teknologi internet dengan media tradisional.<sup>47</sup>

Selain itu, dibandingkan dengan media *online*, media cetak menempuh proses yang lebih rumit untuk bisa sampai kepada pembacanya. Mulai dari news processing-news planning, news hunting, news writing, news editing, layouting/setting, pracetak, cetak, hingga distribusi. Namun, berkat kerumitan itulah media cetak mampu menghasilkan informasi yang lebih kredibel dan akuntabel dibandingkan media *online*.

---

<sup>46</sup> Romli, 38.

<sup>47</sup> Septiawan Santana K., *Jurnalisme Kontemporer* (Yogyakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017), 135.



Alhasil, media *online* dan media cetak saling melengkapi serta saling dukung, bukan saling mengalahkan.<sup>48</sup>

## B. Penelitian Terdahulu

Berikut disertakan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan penelitian ini:

*Pertama*, penelitian dalam bentuk skripsi berjudul “Analisi Produksi Berita di NU *Online* “ oleh Mohammad Hasyim (2013), UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.<sup>49</sup> Penelitian ini bertujuan mengetahui proses produksi berita di NU *Online*. Hasil dari kajian dengan metode penelitian kualitatif-deskriptif ini adalah bahwa produksi berita di NU *Online* yang diunggah pada dasarnya membahas terkait isu-isu yang memiliki keterkaitan dengan NU atau nilai-nilai keislaman, baik di dalam negeri maupun diluar negeri. Standar kelayakan informasi yang diterapkan di NU *Online* bersifat umum sesuai standar jurnalistik yang berlaku. Sedangkan kebijakan redaksionalnya disesuaikan dengan visi-misi serta ideologi NU.

Penelitian tersebut diatas memiliki kesamaan dengan penelitian ini yang terletak pada objek kajian yang dianalisis yaitu situs NU *Online*. Sedangkan beberapa perbedaan terdapat pada kerangka teori yang digunakan. Kerangka teori yang digunakan oleh Mohammad Hasyim adalah Produksi berita serta *newsmedia*, sementara kerangka teori yang penulis gunakan ialah Prinsip Komunikasi Islam dan berita. Perbedaan selanjutnya terdapat pada hal yang dianalisis. Penelitian Mohammad Hasyim menganalisis pemanfaatan berita *newsmedia* dan proses produksi berita, sementara dalam penelitian ini penulis menganalisis implementasi prinsip komunikasi islam dalam pemberitaan Covid-19.

*Kedua*, skripsi oleh Trisda Aprianto (2019) Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, dengan judul “Prinsip-Prinsip Komunikasi Islam dalam Iklan Kampanye Ridwan Mukti dan

---

<sup>48</sup> Romli, *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*, 41–42.

<sup>49</sup> Mohammad Hasyim, *Analisi Produksi Berita di NU Online* (Doctoral dissertation, fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah, 2013).

Rohidin Mersyah Tahun 2015”.<sup>50</sup> Penelitian ini bertujuan mengetahui prinsip-prinsip komunikasi Islam pada iklan kampanye Ridwan Mukti dan Rohidin Mersyah tahun 2015. Dalam penelitian yang menggunakan metode analisis isi ini, peneliti menemukan bahwa prinsip-prinsip komunikasi Islam pada iklan kampanye tersebut terdapat 8 *Qaulan* (perkataan atau ungkapan) yaitu (1) *Qaulan Layyina* (perkataan yang lemah lembut), (2) *Qaulan Tsaqilan* (perkataan yang berat), (3) *Qaulan ‘Adziman* (perkataan yang besar), (4) *Qaulan Ma’rufa* (perkataan yang baik, ramah), (5) *Qaulan Sadida* (perkataan yang benar), (6) *Qaulan Maysura* (perkataan yang mudah), (7) *Qaulan Karima* (perkataan yang mulia dan berharga), dan (8) *Qaulan Baligha* (perkataan yang sampai kepada maksud, berpengaruh dan berbekas kepada jiwa).

Pada penelitian tersebut terdapat kesamaan yakni terkait implementasi prinsip komunikasi Islam dalam bermedia. Yang membedakan yakni konten yang dianalisis. Trisda Aprianto menganalisis Iklan Kampanye, sedangkan penulis menganalisis tentang pemberitaan Covid-19.

*Ketiga*, jurnal oleh Ahmad Abdul Wafi dan Putri Ekaresty Haes (2020), Universitas Pendidikan Nasional dengan judul “Kredibilitas Portal Berita Online dalam Pemberitaan Covid-19 (studi kasus Tribun Bali periode Maret-Juni 2020).<sup>51</sup> Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kualitatif menggunakan metode analisis framing Robert N . Dalam penelitian tersebut peneliti menemukan bahwa Define Problem dalam pemberitaan berkaitan dengan kebijakan pemerintah dalam menggandeng para influencer dinilai bukan pilihan yang tepat, Diagnose cause ditunjukkan dalam bentuk sikap acuh para khalayak umum dalam menanggapi pandemi Covid-19, Make moral judgment dalam bentuk penegasan bahwa bentuk kontribusi mereka kepada negara, dan treatment recommendation yang ditawarkan adalah pemerintah membekali influencer pemahaman yang kuat terkait covid-19 sebelum menjadi mediator penyampai pesan bagi milenial.

---

<sup>50</sup> Trisda Aprianto, *Prinsip-Prinsip Komunikasi Islam Dalam Iklan Kampanye Ridwan Mukti Dan Rohidin Mersyah Tahun 2015* (Doctoral Dissertation, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2019).

<sup>51</sup> Ahmad Abdul Wafi dan Putri Ekaresty Haes, “Kredibilitas Portal Berita Online dalam Pemberitaan Covid-19,” 2020.

Terdapat sejumlah perbedaan antara kajian tersebut dengan dengan kajian yang dilakukan oleh penulis. Pertama, terletak pada metode analisis yang digunakan. Ahmad Abdul Wafi dan Putri Ekaresty Haes menggunakan metode analisis framing, sedangkan penulis menggunakan metode analisis isi. Kedua, penelitian tersebut mengkaji kredibilitas sebuah portal berita dalam mempublikasikan beritanya, sedangkan penelitian ini mengkaji tentang prinsip komunikasi islam dalam pemberitaan pada portal situs *online*. Terkait kesamaannya yakni terdapat pada pemberitaan Covid-19.

*Keempat*, Skripsi yang ditulis oleh Prihantoko Nugroho (2019), Universitas Negeri Semarang yang berjudul “Analisis Isi Berita Pembangunan Olahraga Pada Media *Online* Suara Merdeka”<sup>52</sup>. Penelitian tersebut dilakukan dengan tujuan mengetahui persentase berita suaramerdeka.com dalam memuat dimensi pembangunan olahraga dan konten suaramerdeka.com menggambarkan penjas kondisi dimensi pembangunan olahraga yang dimuat. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis isi deskriptif. Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukan 267 berita memuat dimensi pembangunan olahraga. Hasil pada gambaran penjas kondisi dimensi olahraganya diuraikan sebagai berikut; 10 berita menggambarkan penjas kondisi ruang terbuka olahraga, 77 berita menggambarkan penjas kondisi sumber daya manusia keolahragaan, 45 berita menggambarkan penjas kondisi partisipasi, dan 12 berita menggambarkan penjas kondisi kebugaran. Sementara sisanya tidak menggambarkan penjas kondisi dimensi pembangunan olahraga. Pada intinya berita suaramerdeka.com memuat dimensi pembangunan olahraga dengan persentase 60,1 %.

Penelitian tersebut meneliti tentang isi pemberitaan pembangunan olahraga pada media *online* suaramerdeka. Sedangkan penelitian ini mengkaji tentang pemberitaan Covid-19 pada media *online*, NU *Online*. Kesamaannya yakni pada metode penelitian yang digunakan yaitu analisis isi.

---

<sup>52</sup> Prihantoko Nugroho, *Analisis Isi Berita Pembangunan Olahraga Pada Media Online Suara Merdeka* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Semarang, 2019).

### C. Kerangka Berfikir

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

