

**Disertasi**

**PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG BERITA DAN  
ARTIKEL BERNUANSA ISLAM DI SURAT KABAR HARIAN  
TERBITAN MEDAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP  
PERILAKU BERAGAMA MASYARAKAT KOTA BINJAI**

**Oleh:**

**Mohd. Rafiq**  
NIM.94310040196

Program Studi  
KOMUNIKASI ISLAM



**PASCASARJANA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**  
**MEDAN**  
**2016**

**PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG BERITA DAN ARTIKEL BERNUANSA  
ISLAM DI SURAT KABAR HARIAN TERBITAN MEDAN DAN  
PENGARUHNYA TERHADAP PERILAKU BERAGAMA MASYARAKAT  
KOTA BINJAI.**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan 1. untuk menganalisis, menemukan dan memetakan jumlah, penonjolan, kategori, jenis rubrik dan materi berita dan artikel bernuansa Islam yang terdapat di surat kabar harian terbitan Medan. 2. Untuk menganalisis, menemukan dan membuktikan pengaruh persepsi masyarakat tentang berita bernuansa Islam terhadap perilaku beragama (kepedulian lingkungan hidup, pola hidup sehat, iklim komunikasi Islami, kepedulian sosial, dan pengamalan salat) masyarakat Kota Binjai. 3. Untuk menganalisis, menemukan dan membuktikan pengaruh persepsi masyarakat tentang artikel bernuansa Islam terhadap perilaku beragama (kepedulian lingkungan hidup, pola hidup sehat, iklim komunikasi Islami, kepedulian sosial, dan pengamalan salat) masyarakat Kota Binjai. 4. Untuk menganalisis, menemukan dan membuktikan pengaruh persepsi masyarakat tentang berita dan artikel bernuansa Islam secara bersama-sama terhadap perilaku beragama (kepedulian lingkungan hidup, pola hidup sehat, iklim komunikasi Islami, kepedulian sosial, dan pengamalan salat) masyarakat Kota Binjai.

Populasi penelitian ini adalah seluruh surat kabar harian terbitan Medan yang beredar di Kota Binjai berjumlah 16 surat kabar dan seluruh masyarakat Kota Binjai yang beragama Islam yang berjumlah 246.716 orang. Penentuan jumlah sampel dari surat kabar menggunakan tabel *Cohen* dengan tingkat kepercayaan 95 %, yaitu berjumlah 599 Orang. Untuk penentuan lokasi dan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan purposive sampling di lima kecamatan

Untuk menganalisis, menemukan dan memetakan jumlah, penonjolan, kategori, jenis rubrik dan materi berita dan artikel bernuansa Islam yang terdapat di Surat kabar Harian terbitan Medan digunakan *Content Analysis* sedangkan untuk untuk menganalisis, menemukan dan membuktikan pengaruh persepsi masyarakat tentang berita dan artikel bernuansa Islam secara bersama-sama terhadap perilaku beragama (kepedulian lingkungan hidup, pola hidup sehat, iklim komunikasi Islami, kepedulian sosial, dan pengamalan salat) masyarakat Kota Binjai digunakan rumus korelasi *Pearson* dan *Regresi* ganda. Untuk mempermudah penghitungannya maka dipakai alat hitung SPSS versi 17,0.

Dari hasil penelitian, disimpulkan bahwa jumlah pemuatan berita dan artikel bernuansa Islam di harian Waspada tergolong sangat tinggi. hal ini dibuktikan bahwa

selama penelitian berlangsung dari bulan Februari sampai bulan April setiap hari Jum'at dalam 13 edisi berjumlah 369 judul. Pemuatan berita dan artikel bernuansa Islam terdapat hampir di setiap halaman surat kabar. Ini menunjukkan bahwa surat kabar harian Waspada sangat *concern* terhadap berita dan artikel bernuansa Islam. sedangkan surat kabar harian Analisa hanya memuat sekitar 214 berita dan artikel bernuansa Islam. Pemuatan judul berita bernuansa Islam di harian Analisa juga tergolong tinggi.

Persepsi masyarakat tentang berita bernuansa Islam di surat kabar harian terbitan Medan berpengaruh terhadap perilaku beragama (kepedulian lingkungan, pola hidup sehat, iklim komunikasi Islami, kepedulian sosial, dan pengamalan salat) masyarakat Kota Binjai sebesar 31,9%.

Persepsi masyarakat tentang artikel bernuansa Islam di surat kabar harian terbitan Medan berpengaruh terhadap perilaku beragama (kepedulian lingkungan, pola hidup sehat, iklim komunikasi Islami, kepedulian sosial, dan pengamalan salat) masyarakat Kota Binjai sebesar 32%.

Persepsi masyarakat tentang berita dan artikel bernuansa Islam di surat kabar harian terbitan Medan secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku beragama (kepedulian lingkungan, pola hidup sehat, iklim komunikasi Islami, kepedulian sosial, dan pengamalan salat) masyarakat Kota Binjai sebesar 32 %.



**PDF Complete**  
Your complimentary use period has ended.  
Thank you for using PDF Complete.

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

## **“PUBLIC PERCEPTION ON ISLAMIC NEWS AND ARTICLES IN DAILY NEWSPAPERS PUBLISHED IN MEDAN AND ITS INFLUENCE ON BEHAVIOUR OF RELIGIOUS SOCIETY IN BINJAI”**

### Abstract

The purpose of this research is intended: 1. To analyze, discover and map the number of, protrusion, category, type sections, news items and articles which have Islamic nuanced found in daily newspapers published in Medan. 2. To analyze, discover and prove the influence of public perception about the news which has Islamic nuanced at religious behavior (environmental awareness, healthy lifestyle, Islamic communication climate, social awareness, and practice of prayer) in Binjai. 3. To analyze, discover and prove the influence of public perception about the article consisting of Islamic nuanced on religious behavior (environmental awareness, healthy lifestyles, Islamic climate communication, social awareness, and the practice of prayer) in Binjai. 4. To analyze, discover and prove the influence of public perception of news and articles consisting of Islamic nuanced to the religious behavior (environmental concerns, healthy living pattern, Islamic climate communication, social awareness, and practice of prayer) in Binjai society.

The population in this research is the people living in Binjai and reads a daily newspaper published in Medan, amounting to 246.716 people. The writer uses *Cohen Table* to determine the number of sample with the accuracy of



Your complimentary  
use period has ended.  
Thank you for using  
PDF Complete.

[Click Here to upgrade to  
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

95%, they are 599 people. Location and number of samples are determined by using purposive sampling in five districts.

To analyze, find and map the number, protrusion, category, the section type and material of news and articles consisting of Islamic nuanced in daily newspapers published in Medan, the writer uses *Content Analysis*. While, to analyze, discover and prove the influence of public perception of news and articles consisting of Islamic nuanced to the religious behavior (environmental awareness, healthy lifestyle, Islamic climate communication, social awareness and practice prayer) in Binjai, the writer uses *Pearson and Double Regression*. In other to make the calculation easiest, the writer uses *SPSS version 17.0*.

Based on the result of the research, it can be concluded that the number of the news and articles consisting of Islamic news in Waspada Newspaper is very high. It can be seen from the research done during February till April for every .Friday in 13 editions consisting of 369 titles. Almost every day and at every pages, there are news consisting of Islamic nuanced in Waspada Newspaper. It is as a sign that Waspada Newspapers concerns with the news having Islamic nuanced. While, Analisa Newspaper applies just only 214 news and articles consisting of Islamic nuanced. However, we still can say that the title consisting of Islamic nuanced is still high in Analisa Newspaper.

The public perception on news and article having Islam nuanced in daily newspapers published in Medan gives a great influence on the religious behavior (environmental awareness,



**PDF**  
Complete

*Your complimentary  
use period has ended.  
Thank you for using  
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to  
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

healthy living pattern, Islamic climate communication, social awareness, and practice of prayer) in Binjai by 31.9%.

The public perception about article and news having Islamic nuanced in the daily newspaper published in Medan affected the religious behavior (environmental awareness, healthy living pattern , Islamic climate communication, social awareness, and practice of prayer) in Binjai by 32%.

## تصور المجتمع عن الأخبار والمقالات الإسلامية الإسلامية في الجرائد اليومية بميدان وآثارها على السلوك الإجتماعي بمدينة بنجاي

### ملخص

يهدف هذا البحث إلى (1) التحليل والحصول والتعيين على عدد وجملة ونوع من الأخبار والمقالات الإسلامية التي تتواجد في الجريدة اليومية المصدرة من مدينة ميدان (2) التحليل والحصول والتعرف على تصور المجتمع وآثاره عن الأخبار الإسلامية نحو السلوك الإجتماعي ويشتمل على (اهتمام بالبيئة الحياتية - وطريقة العيش الصحيح - الاتصال الإسلامي - اهتمام بالإجتماع - إقامة الصلاة) للمجتمع بمدينة بنجاي (3) التحليل والحصول والتعرف على تصور المجتمع وآثاره عن المقالات الإسلامية نحو السلوك الإجتماعي ويشتمل على (اهتمام بالبيئة الحياتية - وطريقة العيش الصحيح - الاتصال الإسلامي - اهتمام بالإجتماع - إقامة الصلاة) للمجتمع بمدينة بنجاي (4) التحليل والحصول والتعرف على تصور المجتمع وآثاره عن الأخبار والمقالات الإسلامية نحو السلوك الإجتماعي يكون جماعيا وهو الذي يشتمل على (اهتمام بالبيئة الحياتية - وطريقة العيش الصحيح - الاتصال الإسلامي - اهتمام بالإجتماع - إقامة الصلاة) للمجتمع بمدينة بنجاي.

قد قام هذا البحث بجمع السكان في مدينة بنجاي الذين يقرأون الجريدة اليومية المصدرة من مدينة ميدان وبلغ عددهم حوالي 246.716 قارئاً . وتعيين على عدد البيانات يكون باستخدام طريقة الجدول cohen التي هي نسبة 95 % في درجة التصحيح مع عددهم 599 شخصاً . أما التعيين على مكان البيانات يكون من خمسة ولايات بمدينة بنجاي ويكون باستخدام طريقة purposive sampling. وعدد الأخبار والمقالات الإسلامية في الجرائد اليومية المصدرة من ميدان باشمالها ونوعها وموضوعها يحلله ويحصل عليه باستخدام طريقة conten analysis . أما تعيين آثار تصور المجتمع عن الأخبار والمقالات نحو السلوك الإسلامي ويكون جماعياً وذلك باستخدام رموز العلاقة الفردية مع الآخرين ، والحساب على ما يحصل من التحليل يكون باستخدام الحاسوب مع برنامج spss بنوع 17.0

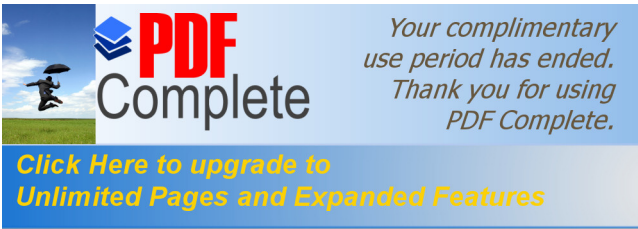
وما يحصل من التحليل أنه يدل على عدد الموضوع للأخبار والمقالات الإسلامية في جريدة وسفادا اليومية كان مرتفعا . وهذا ، ما يعرف بأن البحث قام به منذ شهر فبراير وأبريل لكل يوم الجمعة مع عدد إصدارها 369 عنوانا ، وبينما الأخبار والمقالات الإسلامية صدرت لكل صفحات . وهذا يدل على أن جريدة وسفادا تركز على إصدار الأخبار والمقالات الإسلامية تركيزا شديدا . أما جريدة أناليسا اليومية تصدر الأخبار والمقالات الإسلامية بعدد 214 عنوانا ، رغم أن عدد إصدارها أقلّ أنه يعتبر مرفعا .

تصور المجتمع بمدينة بنجاي وآثاره عن الأخبار الإسلامية نحو السلوك الإسلامي ويشتمل على ( اهتمام بالبيئة الحياتية - وطريقة العيش الصحيح - الاتصال الإسلامي - اهتمام بالإجتماع - إقامة الصلاة ) كانت نسبة عددها بلغت 31.9 % .

تصور المجتمع بمدينة بنجاي وآثاره عن المقالات الإسلامية نحو السلوك الإسلامي ويشتمل على ( اهتمام بالبيئة الحياتية - وطريقة العيش الصحيح - الاتصال الإسلامي - اهتمام بالإجتماع - إقامة الصلاة ) كانت نسبة عددها بلغت 32 % .

تصور المجتمع بمدينة بنجاي وآثاره عن الأخبار والمقالات الإسلامية نحو السلوك الإسلامي ويشتمل على ( اهتمام بالبيئة الحياتية - وطريقة العيش الصحيح - الاتصال الإسلامي - اهتمام بالإجتماع - إقامة الصلاة ) كانت نسبة عددها بلغت 32 % .





## Persetujuan Penguji Sidang

Disertasi berjudul "PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG BERITA DAN ARTIKEL BERNUANSA ISLAMDI SURAT KABAR HARIAN TERBITAN MEDAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP PERILAKU BERAGAMA MASYARAKAT KOTA BINJAI" oleh Sdra. Mohd. Rafiq, NIM. 94310040196 telah disidangkan pada sidang terbuka (promosi) pada hari Senin, 7 Nopember 2016.

Medan, 7 Nopember 2016

Pembimbing I

Pembimbing II

(Prof. Dr. Syukur Kholil, MA)

(Prof. Dr. Mohd. Hatta)

Pembimbing III

Pembimbing IV

(Prof. Dr. Suwardi Lubis, MS)

(Prof. Dr. Abdullah, M.Si)

Mengetahui Ketua Prodi  
Komunikasi Islam

(Prof. Dr. Syukur Kholil, MA)

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

N a m a : Mohd. Rafiq  
N I M : 94310040196  
Tempat/Tgl. Lahir : Simpang Ulin, 11 Juni 1968  
Pekerjaan : Dosen STAIN Padangsidempuan  
Alamat : Jalan S.M. Raja Gang Amal No. 54 Binjai.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Disertasi yang berjudul **“PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG BERITA DAN ARTIKEL BERNUANSA ISLAM DI SURAT KABAR HARIAN TERBITAN MEDAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP PERILAKU BERAGAMA MASYARAKAT KOTA BINJAI”** benar-benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya.

Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, Agustus 2016  
Yang membuat pernyataan

**Mohd. Rafiq**

## DAFTAR ISI

	Halaman
PERSETUJUAN í	ii
SURAT PERNYATAAN í í í í í í í í í í í í í í í í í í í ...	iii
ABSTRAK í	iv
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah í í í í í í í í í í í í í ..	1
B. Perumusan Masalah í í í í í í í í í í í í í í í .	9
C. Tujuan Penelitian í í í í í í í í í í í í í í í .	9
D. Kegunaan Penelitian í í í í í í í í í í í í í í í .	10
<b>BAB II KERANGKA TEORETIS</b> í í í í í í í í í í ..	<b>11</b>
A. Landasan Teori í í í í í í í í í í í í í í í .	11
1. Persepsi í í í í í í í í í í í í í í í í í	11
a. Pengertian Persepsi í í í í í í í í í í í ..	11
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi í í .	12
c. Perkembangan Persepsi í í í í í í í í í í	15
d. Ketepatan Persepsi Interpersonal í í í í í í .	18
e. Proses Persepsian í í í í í í í í í í í .	29
f. Persepsi dalam Perspektif Islam í í í í í í ..	22
2. Analisis Isi í í í í í í í í í í í í í í í ....	25
3. Agenda <i>Setting Theory</i> í í í í í í í í í í í .	30
4. <i>Uses and Effect</i> í í í í í í í í í í í í í í .	34
5. <i>Teori Uses and Gratifications</i> í í í í í í í í ..	39
6. Media Massa Islam í í í í í í í í í í í í í í	43
7. Surat Kabar í í í í í í í í í í í í í í í ..	53
a. Pengertian Surat Kabar í í í í í í í í í ..	53
b. Karakteristik dan Kelebihan Surat Kabar í í ..	56

8. Berita ( <i>news</i> )	í í í í í í í í í í í í í í ..	58
a. Pengertian Berita ( <i>perception news</i> )	í í í í ..	58
b. Berita Langsung ( <i>straight news</i> )	í í í í í í .	63
c. Penggalian Berita ( <i>investgative news</i> )	í í í ..	64
d. Pengungkapan Berita ( <i>explanatory news</i> )	í í .	67
e. Penjelasan Berita ( <i>interpretative news</i> )	í í í	67
f. Pengembangan Berita ( <i>depth news</i> )	í í í í ..	68
9. Artikel ( <i>Article</i> )	í í í í í í í í í í í í í ..	69
a. Jenis-Jenis Artikelí	í í í í í í í í í í í í	70
b. Karakteristik Artikelí	í í í í í í í í í í ....	70
10. Perilaku Beragama Masyarakat	í í í í í í í ...	72
a. Peduli Lingkungan Hidup	í í í í í í í í .	76
b. Komunikasi Islam	í í í í í í í í í	85
c. Pengamalan Ibadah Salat	í í í í í í í í ..	102
d. Pengamalan Ibadah Puasa	í í í í í í í í .	103
e. Peringatan Hari Besar Terhadap Pemeluk Agama Islam	í í í í í í í í í í í í í .	103
B. Kerangka Berpikir	í í í í í í í í í í í í í í .	104
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan	í í í í í í í ...	104
D. Pengajuan Hipotesis	í í í í í í í í í í í í í .	108
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	í í í í í í í í í í	109
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	..í í í í í í í í í	109
B. Pendekatan Penelitian	í í í í í í í í í í í í ..	110
C. Populasi dan Sampel	í í ..í í í í í í í í í í	110
D. Sumber Data	í í í í í í í í í í í í í í í	113
E. Definisi Operasional	í í í í í í í í í í í í í	113
F. Blanko Isian dan Pengukuran Variabel	í í í í í í	116
G. Teknik Pengumpulan Data	í í í í í í í í í í í .	119
H. Uji Coba Instrumen Penelitianí	í í í í í í í í .	120
I. Teknik Analisis Data	í í í í í í í í í í í í	121

<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>123</b>
	A. Lokasi Penelitian í í í í í í í í í í í í í ..	123
	B. Responden Penelitian í í í í í í í í í í í í ..	146
	C. Analisis Isi Berita dan Artikel	
	Bernuansa Islamí í í í í í í í í í í í í í	148
	D. Persepsi Tentang Berita dan Artikel	
	Bernuansa Islam di Surat Kabar í í í í í í í í	165
	E. Hasil Uji Instrumen í í í í í í í í í í í í í	
	F. Penolakan Atau Penerimaan Hipotesis í í í í í .	195
	G. Pengujian Hipotesis í í í í í í í í í í í í í	196
	H. Pembahasan Penelitian í í í í í í í í í í í í ..	204
	I. Kekuatan dan Kelemahan Penelitian í í í í í í	
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>207</b>
	A. Kesimpulaní í í í í í í í í í í í í í í í í	207
	B. Saran í í í í í í í í í í í í í í í í í í í .....	209
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>.....</b>	<b>210</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>.....</b>	

## DAFTAR TABEL

No. Tabel	Keterangan Tabel	Hal
1.	Matriks Pelaksanaan Penelitian í í í í í í í í í í í í í í í í	109
2.	Distribusi Populasi Penelitian í í í í í í í í í í í í í í í í ..	111
3.	Distibusi Sampel Penelitian í í í í í í í í í í í í í í í í í í í .	112
4.	Blanko Isisan Analisis Isi í	116
5.	Variabel Penelitian dan Indikator Pengukuran í í í í í í í í í í í	117
6.	Nama, Luas Wilayah Per kecamatan Dan Jumlah Kelurahan Kota Binjai í	124
7.	Daerah Aliran Sungai (DAS) Kota Binjai í í í í í í í í í í í í ..	125
8.	Jumlah Penduduk, kepadatan Penduduk dan proyeksi Penduduk kota Binjai untuk 5 (lima) tahun í í í í í í í í í í í í í í í í í .	127
9.	Fasilitas Pendididkan Yang Tersedia Di Kota Binjai í í í í í í í	144
10.	Jumlah Penduduk Miskin Di Kota Binjai í í í í í í í í í í í ..	144
11.	Jumlah Rumah Tangga Per Kecamatan Di Kota Binjai í í í í í	145
12.	Usia Responden í ..	146
13.	Jenis Kelamin í	147
14.	Status (aktifitas) í ..	147
15.	Jumlah Berita Dan Artikel Bernuansa Islam Di Harian Waspada Dari Bulan Februari s.d April 2016 í í í í í í í í í í í í í í í í ..	151
16.	Penonjolan Berita Dan Artikel Bernuansa Islam Di Harian Waspada Dari Bulan Februari s.d April 2016 í í í í í í í í í í í í í	153
17.	Penonjolan Berita Bernuansa Islam Di Surat Kabar Harian Waspada Bulan Feb. s.d April 2016 í í í í í í í í í í í í í í í í í	154
18.	Penonjolan Artikel Bernuansa Islam Di Harian Waspada Bulan Feb. s.d April 2016 í	154

19.	Kategori Penonjolan Pemuatan Berita Dan Artikel Bernuansa Islam Di Harian Waspada Dari Bulan Feb. s.d April 2016	155
20.	Materi-Materi Berita Dan Artikel Bernuansa Islam Di Harian Waspada Dari Bulan Februari. s.d April 2016	157
21.	Jumlah Pemuatan Berita Dan Artikel Bernuansa Islam Di Harian Analisa Dari Bulan Februari s.d. April 2016	159
22.	Penonjolan Berita Dan Artikel Bernuansa Islam Di Harian Analisa Dari Bulan Februari. s.d. april 2016	161
23.	Kategori Penonjolan Pemuatan Berita Dan Artikel Bernuansa Islam Di Harian Analisa Dari Bulan Februari s.d April 2016	162
24.	Materi-Materi Berita Dan Artikel Bernuansa Islam Di Harian Waspada Dari Bulan Februari s.d. April 2016	164
25.	Akumulasi Jawaban Responden Mengenai Persepsi Masyarakat Tentang Berita Bernuansa Islam	165
26.	Kecenderungan Responden Mengenai Persepsi Masyarakat Tentang Berita Bernuansa Islam	168
27.	Akumulasi Jawaban Responden Mengenai Persepsi Tentang Artikel Bernuansa Islam Di Surat Kabar	169
28.	Kecenderungan Responden Mengenai Persepsi Masyarakat tentang Artikel Bernuansa Islam Di Surat kabar	173
29.	Kepedulian Terhadap Lingkungan	174
30.	Kecendrungan Responden Tentang Kepedulian Terhadap Lingkunga...	176
31.	Pola Hidup Sehat	177
32.	Kecenderungan Responden Tentang Pola Hidup Sehat	178
33.	Ilkim Komunikasi Islami	179
34.	Kecenderungan Responden Tentang Iklim Komunikasi Islami	181
35.	Kepedulian Sosial	182
36.	Kecenderungan Responden Tentang Iklim Komunikasi Islami	184

37.	Pelaksanaan Salatí í í í í í í í í í .....	185
38.	Kecenderungan Responden Tentang Pelaksanaan Salatí í í í í í í .	186
39.	Akumulasi Perilaku Beragama Respondení í í í í í í í í í í ...	187
40.	Kecenderungan Responden Tentang Perilaku Beragamaí í í í í í í .	192
41.	Rangkuman Hasil Analisis Uji Normalitasí í í í í í í í í í í ...	193
42.	Rangkuman Hasil Analisis Uji Linieritasí í í í í í í í í í í í í .	194



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Kualitas peradaban masyarakat dan peradaban sumberdaya manusia dibangun melalui penalaran serta pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Ilmu pengetahuan dan teknologi diperoleh melalui proses pendidikan formal maupun nonformal. Di samping melalui lembaga pendidikan formal, peningkatan kualitas sumberdaya manusia Indonesia di antaranya diperoleh melalui pemaksimalisasian peran media massa.

Media massa merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi dalam bidang informasi dan komunikasi. Pengaruh media massa berbeda-beda terhadap setiap individu. Hal ini disebabkan karena adanya perbedaan pola pikir, perbedaan sifat yang berdampak pada pengambilan sikap, hubungan sosial sehari-hari, dan perbedaan budaya. Perubahan sosial di masyarakat berorientasi pada upaya untuk meninggalkan unsur-unsur yang mesti ditinggalkan, berorientasi pada pembentukan unsur baru, serta berorientasi pada nilai-nilai yang telah ada pada masa lampau.

Paling tidak media massa memiliki tiga tugas pokok, yaitu; pertama, untuk menyampaikan informasi (*to inform*) kepada masyarakat mengenai informasi pembangunan. Kedua, memberi kesempatan kepada masyarakat untuk mengambil bagian secara aktif dalam proses pembuatan keputusan, memperluas dialog agar melibatkan semua pihak yang akan membuat keputusan mengenai perubahan, atau dengan kata lain menciptakan arus informasi yang berjalan lancar dari bawah ke atas. Ketiga, untuk mendidik (*to educate*) tenaga kerja yang dibutuhkan dalam pembangunan.<sup>1</sup>

Berdasarkan tiga tugas pokok atau fungsi media massa di atas, maka jelas terlihat betapa kompleksnya peranan media massa. Selain bertindak sebagai pengganda sumberdaya pengetahuan, media massa juga dapat menciptakan iklim kondusif bagi perubahan dengan cara memengaruhi masyarakat pada nilai-nilai, sikap mental, dan perilaku yang menunjang modernisasi. Selanjutnya media massa ditengarai pula mampu

---

<sup>1</sup>Wilbur Schramm, *Mass Media and National Development: The Role of Information in Developing Countries* (Stanford: Stanford University Press, 1964), h. 87.

memberi kemudahan perencanaan dan implementasi program-program pembangunan yang berkaitan dengan kebutuhan masyarakat, baik pembangunan dalam bidang ekonomi, sosial, politik, maupun agama sehingga menjadi suatu proses yang berlangsung sendiri (*self perpetuating*).

Media massa yang pertama sekali muncul dan berusia sangat tua adalah surat kabar. Surat kabar atau koran secara leksikal berarti lembaran-lembaran kertas bertuliskan kabar (berita) dan sebagainya, terbagi dalam kolom-kolom yang terlibat setiap hari atau secara priodik.<sup>2</sup> Dalam UU RI No.40 Tahun 1999 tentang media massa, surat kabar tersebut sebagai instrumen media massa nasional. Maksudnya adalah sebagai lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi pekerjaan; mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi dalam bentuk tulisan dengan menggunakan media cetak yang tersedia.<sup>3</sup>

Secara umum ciri-ciri media massa berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, medianya menimbulkan keserempakan dan komunikannya heterogen. Namun pada media cetak, pesan pesan yang disiarkan dapat dikaji ulang dan dipelajari serta disimpan untuk dibaca pada setiap kesempatan, karena pesan tersebut bersifat *sophisticated* dan ilmiah. Selain itu, pada media cetak sering terjadi polemik pemikiran yang panjang, di samping memiliki daya persuasi yang tinggi karena pesannya bersifat persuasif yang ditujukan kepada rasio atau pikiran.

Secara lebih khusus surat kabar menurut Onong Uchjana Effendy, memiliki empat karakteristik. Pertama, publisitas. Maksudnya surat kabar diperuntukkan untuk umum, oleh karenanya berita, tajuk, artikel dan lain-lain harus menyangkut kepentingan umum. Kedua, universalitas. Menunjukkan bahwa surat kabar harus memuat aneka berita mengenai kejadian-kejadian di seluruh dunia dan tentang segala aspek kehidupan manusia. Ketiga, aktualitas. Maksudnya surat kabar memiliki kecepatan dalam menyampaikan laporan mengenai kejadian di masyarakat kepada khalayak. Keempat,

---

<sup>2</sup>Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1995), h. 525.

<sup>3</sup>Departemen Pendidikan RI, *Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 1999 tentang Pers* ( Jakarta: Bagian Proyek Peningkatan Publikasi Pemerintah Direktorat Publikasi, Dirjen PPG, 1999), h.3.

periodisitas. Berarti suatu penerbitan disebut surat kabar jika terbitnya secara periodik atau teratur.<sup>4</sup>

Surat kabar juga memiliki sifat-sifat khusus. Pertama, terekam. Maksudnya semua berita-berita yang disiarkan oleh surat kabar tersusun dalam alinea, kalimat dan kata-kata yang terdiri dari huruf-huruf yang dicetak di atas kertas. Dengan demikian, setiap peristiwa atau hal yang diberitakan terekam sedemikian rupa sehingga dapat dibaca setiap saat dan dapat dikaji ulang, bisa pula dijadikan sebagai dokumentasi dan bisa dipakai sebagai bukti untuk keperluan tertentu. Kedua, menimbulkan perangkat mental. Karena berita-berita yang dikomunikasikan kepada khalayak menggunakan bahasa dengan huruf yang tercetak "mati" di atas kertas, maka untuk dapat mengerti maknanya pembaca harus menggunakan perangkat mental secara aktif. Ketiga, pesan menyangkut kebutuhan komunikasi. Mengingat sifat surat kabar adalah satu arah (*one-way traffic communication*), maka pesan yang disampaikan dirancang menarik perhatian pembaca dengan menggunakan tanda-tanda yang tertuju kepada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran sehingga dapat membangkitkan kebutuhan pribadi pembaca, dengan demikian pesan memberikan jalan untuk membangkitkan respon pembaca. Keempat, efek sesuai dengan tujuan. Hal ini dirumuskan dengan pemberian informasi agar pembaca tahu, untuk membuat pembaca berubah sikap dan perilakunya serta untuk membuat pembaca meningkatkan intelektualitasnya.<sup>5</sup>

Beragam peristiwa dan kejadian secara aktual, faktual dapat disiarkan oleh sebuah harian (surat kabar). Dengan berbagai kelebihan dan kekhususannya, surat kabar semakin efektif memberikan informasi (*to educate*) kepada masyarakat, dalam bentuk rubrik maupun artikel termasuk bidang keagamaan di berbagai surat kabar. Menurut Meinanda, pentingnya surat kabar dalam kehidupan masyarakat akan dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat sehingga mampu mengatasi masalah-masalah yang timbul. Selain itu, dengan membaca surat kabar, masyarakat akan mengetahui perkembangan lingkungan agar dapat menyesuaikan diri dengan keadaan yang dimaksud.<sup>6</sup>

Perkembangan dan kemajuan media massa, khususnya surat kabar terbitan Medan dari tahun ke tahun semakin meningkat seiring dengan kemajuan teknologi

---

<sup>4</sup>Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya,2001), cet. ke-14, h. 154.

<sup>5</sup>*Ibid.*, h. 157-158

<sup>6</sup>Teguh Meinanda, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Bandung : Armico, 1931), h. 44.

komunikasi. Sebagai alat komunikasi massa, media massa mempunyai peranan yang signifikan sebagai agen perubahan sosial (*agent of change*). Dengan kemajuan yang dicapai peranan media massa saat ini bukan hanya terbatas pada alat komunikasi massa, penyampai berita dan hiburan saja, akan tetapi sebagian media massa telah menggunakan pemberitaan yang diprogramkan untuk menyampaikan pesan agama, khususnya media cetak seperti surat kabar. Dalam surat kabar berbagai kemas pemberitaan disusun untuk menyampaikan pesan agama, baik itu berita bernuansa Islami dan lain sebagainya. Dengan demikian media massa telah ambil bagian untuk mengkomunikasikan penyampaian pesan agama pada masyarakat luas, tidak terkecuali di Kota Binjai.

Norton Long mengatakan, bahwa surat kabar berperan sebagai penggerak utama dalam menentukan agenda teritorial. Surat kabar memiliki peran yang besar dalam menentukan apa yang akan dibicarakan oleh masyarakat luas, fakta apa yang akan dipikirkan dan dianggap sebagai jalan keluar dari suatu masalah.<sup>7</sup> Berdasarkan signifikansi surat kabar dalam kehidupan masyarakat, maka segala bentuk informasi yang berkaitan dengan masalah keagamaan menjadi suatu keniscayaan dalam konteks kehidupan kekinian.

Dengan harga yang terjangkau dan relatif murah menjadikan surat kabar sebagai media massa yang banyak diminati orang. Di Kota Binjai sendiri saat ini hampir seluruh instansi, rumah sakit, perguruan tinggi, warung kopi, dan di tempat-tempat umum lainnya seperti bank, showroom, bahkan di tempat usaha pangkas rambut sekalipun banyak ditemui surat kabar terbitan Medan. Bahkan tidak sedikit yang berlangganan lebih dari satu surat kabar dalam setiap tempat-tempat umum yang ramai dikunjungi orang. Dengan keadaan yang seperti ini sangat memungkinkan memengaruhi perilaku beragama masyarakat Kota Binjai, khususnya bagi mereka yang sering membaca berita-berita bernuansa Islami di surat kabar terbitan Medan. Atau paling tidak mereka yang sering membaca surat kabar akan memengaruhi persepsi mereka terhadap pemberitaan yang bersifat Islami, sehingga akan membentuk sebuah perilaku beragama masyarakat Kota Binjai.

Kota Binjai merupakan daerah yang merupakan pintu gerbang Kota Medan ditinjau dari Provinsi Aceh. Secara geografis Kota Binjai terletak pada posisi 3o 31' 31" -

---

<sup>7</sup>Lihat dalam Werner J. Severin, *Communications Theories Origin Methods and Uses in The Mass Media* (New York: Longmann Publishing, 1992), h. 209.

3o 40' 2" LU dan 98o 27' 3" - 98o 32' 32" BT dan terletak ± 28 M di atas permukaan laut.<sup>8</sup>

Kota yang memiliki luas 9.023,62 Ha ( ± 90,23 Km<sup>2</sup>) terdiri dari 5 (lima) Kecamatan dan 37 (tiga puluh tujuh) Kelurahan serta dengan jumlah penduduk sebanyak 264.687 jiwa pada tahun 2015, yang terdiri dari 132.197 orang laki-laki dan 132.497 orang perempuan dengan jumlah penduduk yang beragama Islam yaitu berjumlah 223.528 jiwa atau sekitar 85.45 %. Penduduk Kota Binjai terdiri berbagai Etnis antara lain; Melayu, Batak Toba, Batak Mandailing, Batak Karo, Batak Simalungun, Jawa, Banten, Minang, Aceh, China dan India dengan pemeluk agama mayoritas Islam dan yang mempunyai kesadaran politik dan keberagamaan yang cukup tinggi, sehingga mendukung kondisi toleransi di Kota Binjai.<sup>9</sup>

Kota Binjai dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1956, bersamaan dengan pembentukan kota-kota kecil di Provinsi Sumatera Utara, meliputi Kota Tanjungbalai dan Tebing Tinggi, sesuai dengan perkembangan zaman. Binjai tidak dapat lagi dikategorikan sebagai kota kecil, tetapi sebagai kota penyangga untuk Ibu Kota Provinsi Sumatra Utara, seperti diutarakan Gubernur Sumatra Utara Gatot Pujonugroho, ST, M.Si pada Sidang Paripurna Istimewa peringatan hari ulang tahun (HUT) ke-139 Kota Binjai di Gedung DPRD Binjai beberapa waktu yang lalu, pada kesempatan itu Gubernur Sumatra Utara menegaskan sebagai kota penyangga, Kota Binjai akan menerima dampak perkembangan yang terjadi tidak tertutup kemungkinan terkait dengan pemberitaan bernuansa Islami sehingga memengaruhi perilaku beragama masyarakat di sekitarnya seperti Deli Serdang dan Kota Medan.

Indikasi besarnya pengaruh persepsi masyarakat tentang berita dan artikel bernuansa Islam di surat kabar harian terbitan Medan terhadap perilaku beragama masyarakat Kota Binjai bisa dilihat dalam kepedulian masyarakat terhadap lingkungan hidup sekitar, pola hidup sehat, iklim komunikasi Islami serta kepedulian sosial. Hal ini juga ditunjang oleh dukungan dari pemerintah Kota Binjai yang mengajak masyarakat

---

<sup>8</sup>[Keberadaan Jalan Tol Medan-Binjai, Sangat Mendukung Pembangunan Berbagai Industri di Kota Binjai.](http://sumutdaily.com/editorial/liputan-khusus.html?start=35) <http://sumutdaily.com/editorial/liputan-khusus.html?start=35>. Diakses pada 28 Maret 2016.

<sup>9</sup>*Ibid.*

Kota Binjai agar menjadi masyarakat yang cerdas dan religius. Hal ini juga sesuai dengan visi dan misi pemerintah Kota Binjai.

Salah satu bentuk berita dan artikel adalah sajian-sajian bermakna yang bernuansa Islami dari tiap-tiap rubrik yang ditawarkan. Sudah banyak rubrik dalam surat kabar yang beredar bermuatan Islami. Tidak peduli bulan Ramadhan, hampir tiap hari ada edisi yang di dalamnya menyajikan rubrik-rubrik bernuansa Islam. Khususnya surat kabar harian Waspada dan Analisa yang menyajikan berbagai macam rubrik yang disesuaikan dengan kebutuhan keluarga Muslim tanpa memasukkan nilai-nilai politis di dalam surat kabar ini. Selama ini, Islam selalu dikaitkan dengan kegiatan dakwah. Motif-motif politis menjadikan media cetak Islam mempunyai citra buruk di khalayak umum karena kepercayaan publik terhadap media Islam akan semakin melemah dengan adanya media Islam yang berkaitan dengan Islam liberal. Apabila kita mencermati kehidupan masa sekarang ini yang tidak bisa terpisahkan dengan kepentingan ekonomi.

Untuk menghilangkan citra buruk tersebut di khalayak luas, media cetak Islam seperti surat kabar harian Waspada dan Analisa sebagai media cetak berusaha untuk menyesuaikan dengan perkembangan zaman untuk memperbaiki citra negatif dengan mengangkat kehidupan agama Islam yang modern tanpa ada motif-motif politis didalamnya. Tingginya kebutuhan mengenai informasi agama Islam telah disadari oleh khalayak, khususnya khalayak keluarga muslim tentang kisah-kisah nyata kebesaran Allah SWT dan hikmahnya bagi kita semua.

Dalam surat kabar harian Waspada dan Analisa terdapat berbagai macam materi berita dan artikel bernuansa Islam di antaranya: tauhid, ibadah, muamalah, syariah dan hukum Islam, sejarah peradaban Islam, siyasah, sosial dan budaya, Alquran serta Hadis. Banyak sekali pesan yang disampaikan dalam surat kabar ini, di antaranya adalah pesan sosial dan pesan religi. Di antara pesan yang diusung dalam surat kabar ini adalah pesan agar kita peduli pada orang lain. Hal ini dapat dicontohkan dari pengalaman para Nabi di masa dahulu yang selalu memperdulikan kaumnya dan selalu mengutamakan kepentingan umatnya.

Agama Islam yang disebut sebagai agama *rahmatan lil alamin* selalu menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan. Tentunya hal ini juga tidak lepas dari kegiatan dakwah. Dakwah juga mengajarkan untuk hidup bersosialisasi pada siapa saja, terlebih pada tetangga. Sesuai dengan Hadist *õBarang siapa yang beriman kepada Allah dan*

*RasulNya, maka hendaklah dia memuliakan tetangganya* (riwayat Bukhari dan Muslim). Dari arti Hadis di atas, sudah jelas bahwa manusia ialah makhluk sosial, dengan kata lain manusia satu dengan manusia yang lain saling berhubungan atau saling membutuhkan.

Manusia adalah makhluk sosial, makhluk yang tidak dapat hidup sendiri. Antara seorang dengan yang lain tentu saling hajat-menghajikan, butuh-membutuhkan dan dari situ timbul kesadaran untuk saling bantu-membantu dan tolong-menolong. Tidak mungkin seseorang dapat bertahan hidup sendirian tanpa bantuan pihak lain.

Dengan fenomena di atas, maka peneliti mencoba mencari tahu apakah ada pengaruh persepsi masyarakat tentang berita dan artikel bernuansa islami terhadap perilaku beragama masyarakat Kota Binjai serta seberapa jauh pengaruh tersebut. Hal ini dikarenakan sejauh observasi yang dilakukan peneliti, warga Kota Binjai sebagian besar perekonomian penduduknya tergolong menengah ke atas. Hal ini bisa dilihat dari kehidupan keseharian mereka, setiap satu bulan dua kali mereka dapat berlangganan surat kabar harian Waspada dan Analisa, di mana surat kabar ini merupakan surat kabar yang tidak hanya menyajikan rubrik-rubrik sosial, politik dan budaya. Akan tetapi juga menyajikan rubrik-rubrik bernuansa keagamaan salah satunya seperti rubrik kisah relegius tentang keagamaan. Disinilah akan disajikan berbagai macam kisah hidup manusia yang tengah menjalani berbagai ujian, cobaan bahkan teguran dari Allah dengan tujuan untuk mengambil hikmah yang terkandung di dalamnya. Dalam hal ini dijelaskan juga bahwa Rasulullah Saw menganjurkan kepada kita umat Islam untuk menyantuni fakir miskin dan orang-orang yang membutuhkan.

Tingkat perilaku beragama masyarakat Kota Binjai sudah tergolong baik, hal ini terlihat dari adanya kepedulian terhadap lingkungan hidup, pola hidup sehat, kepedulian sosial dan komunikasi Islam dan pengamalan salat. Walaupun masih ada persoalan penting yang harus diluruskan di tengah-tengah masyarakat, terutama pemahaman masyarakat dan para dermawan. Banyak para Dermawan lebih memilih memberikan harta bendanya ke Panti Asuhan dan lembaga-lembaga lainnya dari pada ke tetangga sekitar rumah mereka yang lebih membutuhkan. Begitu pula halnya dengan perilaku masyarakat yang tinggal dipinggiran kali mencirim, mereka kurang peduli terhadap lingkungan hidup mereka sehingga tidak jarang di antara mereka yang jatuh sakit karena pola hidup yang tidak sehat.



Seiring dengan tingkat kebutuhan masyarakat modern terhadap keberadaan surat kabar, maka pesan-pesan agama yang disampaikan melalui surat kabar efektif memengaruhi jalan pikiran, perasaan maupun *interest need* masyarakat. Berdasarkan fenomena tersebut, penulis tertarik untuk meneliti persepsi masyarakat mengenai liputan berita-berita yang bernuansa Islam di surat kabar terbitan Medan dan bagaimana pengaruhnya terhadap perilaku beragama masyarakat. Untuk mengungkapkan keadaan ini maka perlu dilakukan penelitian yang mendalam terhadap isi media (*content analysis*) dengan judul “*Persepsi Masyarakat tentang Berita dan Artikel Bernuansa Islam di Surat Kabar Harian Terbitan Medan dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Beragama Masyarakat Kota Binjai*”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka penelitian ini secara umum dirumuskan sebagai berikut : bagaimana persepsi masyarakat tentang berita dan artikel bernuansa Islam di surat kabar harian terbitan Medan dan bagaimana pengaruhnya terhadap perilaku beragama masyarakat Kota Binjai? Secara rinci rumusan masalah penelitian ini ditetapkan sebagai berikut:

1. Bagaimana jumlah, penonjolan, kategori, jenis rubrik dan materi berita dan artikel bernuansa Islam yang terdapat di surat kabar harian terbitan Medan?
2. Apakah persepsi masyarakat tentang berita bernuansa Islam di surat kabar harian terbitan Medan berpengaruh terhadap perilaku beragama (kepedulian lingkungan hidup, pola hidup sehat, iklim komunikasi Islami, kepedulian sosial, dan pengamalan salat) masyarakat Kota Binjai.
3. Apakah persepsi masyarakat tentang artikel bernuansa Islam di surat kabar harian terbitan Medan berpengaruh terhadap perilaku beragama (kepedulian lingkungan hidup, pola hidup sehat, iklim komunikasi Islami, kepedulian sosial, dan pengamalan salat) masyarakat Kota Binjai.



4. Apakah persepsi masyarakat tentang berita dan artikel bernuansa Islam di surat kabar harian terbitan Medan secara bersama sama berpengaruh terhadap perilaku beragama (kepedulian lingkungan hidup, pola hidup sehat, iklim komunikasi Islami, kepedulian sosial, dan pengamalan salat) masyarakat Kota Binjai.

### **C. Tujuan Penelitian**

Secara umum, tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis persepsi masyarakat tentang berita bernuansa Islam di surat kabar harian terbitan Medan dan pengaruhnya terhadap perilaku beragama masyarakat Kota Binjai. Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian secara khusus dapatlah ditetapkan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis, menemukan dan memetakan jumlah, penonjolan, kategori, jenis rubrik dan materi berita dan artikel bernuansa Islam yang terdapat di surat kabar harian terbitan Medan.
2. Untuk menganalisis, menemukan dan membuktikan pengaruh persepsi masyarakat tentang berita bernuansa Islam terhadap perilaku beragama (kepedulian lingkungan hidup, pola hidup sehat, iklim komunikasi Islami, kepedulian sosial, dan pengamalan salat) masyarakat Kota Binjai.
3. Untuk menganalisis, menemukan dan membuktikan pengaruh persepsi masyarakat tentang artikel bernuansa Islam terhadap perilaku beragama (kepedulian lingkungan hidup, pola hidup sehat, iklim komunikasi Islami, kepedulian sosial, dan pengamalan salat) masyarakat Kota Binjai.
4. Untuk menganalisis, menemukan dan membuktikan pengaruh persepsi masyarakat tentang berita dan artikel bernuansa Islam secara bersama-sama terhadap perilaku beragama (kepedulian lingkungan hidup, pola hidup sehat, iklim komunikasi Islami, kepedulian sosial, dan pengamalan salat) masyarakat Kota Binjai.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini bermanfaat secara teoretis dan praktik. Secara teoretis, penelitian ini bermanfaat untuk memperkaya khazanah ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan persepsi masyarakat tentang berita dan artikel bernuansa Islam di surat kabar



*Your complimentary  
use period has ended.  
Thank you for using  
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to  
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

harian terbitan Medan dan perilaku beragama masyarakat Kota Binjai. Secara praktis, penelitian ini bermanfaat sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan berguna dan bermanfaat bagi pengembangan ilmu, terutama jurnalistik dan komunikasi Islam.
2. Secara praktis penelitian ini menjadi sumbangsih pemikiran terhadap penentuan agenda berita keagamaan di surat kabar hatian terbitan Medan.
3. Penelitian ini juga diharapkan berguna dan bermanfaat sebagai bahan masukan bagi segenap pihak (masyarakat luas, akademisi, peneliti serta pemerhati masalah pers) yang membutuhkan informasi tambahan mengenai beragam aktivitas jurnalistik Islam.

## BAB II

### KERANGKA TEORITIS

#### E. Landasan Teori

##### 1. Persepsi

###### i. Pengertian Persepsi

Persepsi dapat diartikan suatu hasil yang dilahirkan atas kesadaran sesuatu hal melalui perantara pikiran sehat. Adapun pengertian persepsi menurut Jalaluddin Rakhmat, bahwa persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.<sup>10</sup> Menurut Ruch dalam Jalaluddin Rakhmat, persepsi adalah suatu proses tentang petunjuk-petunjuk inderawi (*sensory*) dan pengalaman masa lampau yang relevan diorganisasikan untuk memberikan kepada kita gambaran yang terstruktur dan bermakna pada suatu situasi tertentu.<sup>11</sup> Senada dengan hal tersebut Atkinson dan Hilgard mengemukakan bahwa, persepsi adalah proses dimana kita menafsirkan dan mengorganisasikan pola stimulus dalam lingkungan.<sup>12</sup> Gibson dan Donely menjelaskan bahwa, persepsi adalah proses pemberian arti terhadap lingkungan oleh seorang individu.<sup>13</sup>

Dikarenakan persepsi bertautan dengan cara mendapatkan pengetahuan khusus tentang kejadian pada saat tertentu, maka persepsi terjadi kapan saja stimulus menggerakkan indera. Dalam hal ini persepsi diartikan sebagai proses mengetahui atau mengenali obyek dan kejadian obyektif dengan bantuan indera. Sebagai cara pandang, persepsi timbul karena adanya respon terhadap stimulus. Stimulus yang diterima seseorang sangat kompleks, stimulus masuk ke dalam otak, kemudian diartikan, ditafsirkan serta diberi makna melalui proses yang rumit baru kemudian dihasilkan persepsi.<sup>14</sup> Dalam hal ini, persepsi mencakup penerimaan stimulus (*inputs*),

---

<sup>10</sup>Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Agama* (Bandung: Pustaka Hidayah, 1998), h. 51.

<sup>11</sup>*Ibid.*, h. 300.

<sup>12</sup>Atkinson and Hilgard, *Introduction of Psychology* (San Diego: Harcourt Brace Jovanovich, 1991), h. 201.

<sup>13</sup>Gibson dan Donnelly, *Organisasi; Perilaku, Struktur dan Proses*, Terj. Djarkasih, Cet. Ke-5, (Jakarta: Erlangga, 1994), h. 53.

<sup>14</sup>Atkinson and Hilgard, *Introduction*, h. 209.

pengorganisasian stimulus dan penerjemahan atau penafsiran stimulus yang telah diorganisasi dengan cara yang dapat memengaruhi perilaku dan membentuk sikap, sehingga orang dapat cenderung menafsirkan perilaku orang lain sesuai dengan keadaannya sendiri.<sup>15</sup>

Setelah penulis kaji definisi persepsi menurut para ahli di atas, maka penulis dapat menarik kesimpulan mengenai ciri-ciri persepsi sebagai berikut:

1. Persepsi merupakan cara pandang.
2. Adanya stimulus (*input*), pengorganisasian stimulus dan penerjemahan atau penafsiran stimulus.
3. Adanya pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.
4. Adanya proses pemberian arti terhadap lingkungan setiap individu.

Salah satu alasan mengapa persepsi demikian penting dalam hal menafsirkan dunia sekeliling kita adalah bahwa kita masing-masing mempersepsi, tetapi kita mempersepsi secara berbeda apa yang dimaksud dengan sebuah situasi ideal. Persepsi merupakan sebuah proses yang hampir bersifat otomatis dan persepsi bekerja dengan cara yang hampir serupa pada masing-masing individu. Sekalipun demikian, persepsi secara tipikal menghasilkan persepsi-persepsi yang berbeda-beda.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka dapatlah diambil sebuah kesimpulan bahwa persepsi masyarakat tentang berita bernuansa Islam di surat kabar harian terbitan Medan adalah interpretasi dan pemahaman masyarakat tentang berita-berita yang bernuansa Islam di surat kabar, baik koran maupun majalah terbitan Medan yang di dalamnya ada muatan Islam sehingga bisa membentuk perilaku beragama masyarakat.

## ii. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Persepsi

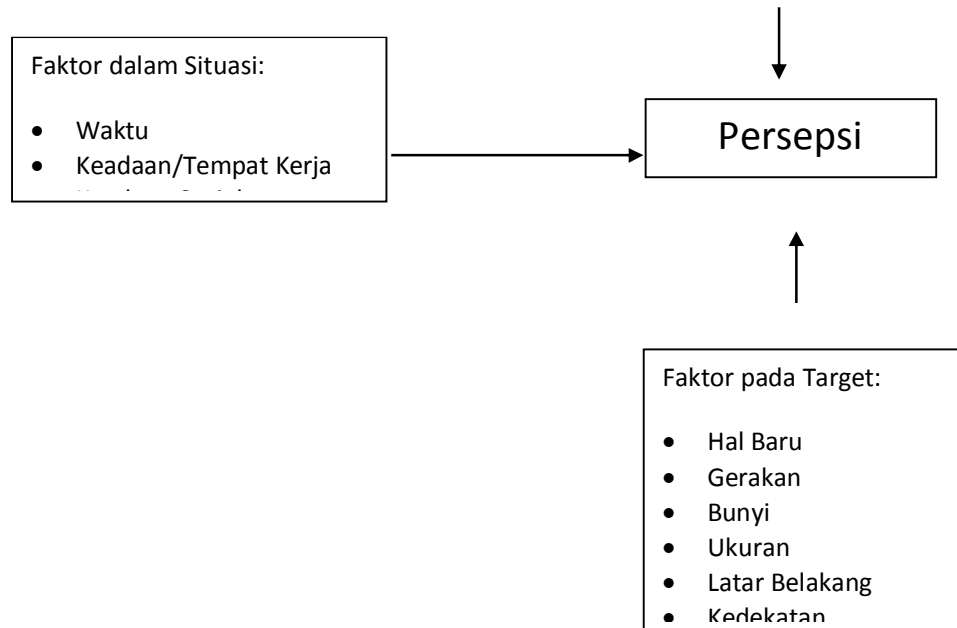
Individu mempersepsikan suatu benda yang sama secara berbeda-beda, hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, sebagaimana yang digambarkan oleh Rivai:<sup>16</sup>

<sup>15</sup>Gibson dan Donnely, *Organisasi*, h. 54.

<sup>16</sup>Veithzal Rivai, *Kepemimpinan dan Prilaku Org*  
232.

### Faktor pada Pemersepsian:

- Sikap
- Motif
- Kepentingan
- Pengalaman
- Dan sebagainya



**Gambar 3. Faktor-faktor yang Memengaruhi Persepsi Individu**

Sumber: Veithzal Rivai, 2004

Dari gambar diatas dapat ditarik beberapa kesimpulan, sebagai berikut:

1. *Pertama*, faktor yang ada pada pelaku persepsi (*perceiver*), yang termasuk faktor pertama adalah sikap, keutuhan atau motif, kepentingan atau minat, pengalaman dan pengharapan individu.
2. *Kedua*, faktor yang ada pada obyek atau target yang dipersepsikan yang meliputi hal-hal baru, gerakan, bunyi, ukuran, latar belakang dan kedekatan.
3. *Ketiga*, faktor konteks situasi dimana persepsi itu dilakukan yang meliputi waktu, keadaan atau tempat kerja dan keadaan sosial.

Selanjutnya, di dalam dunia psikologi sebenarnya faktor-faktor yang memengaruhi persepsi pada dasarnya dibagi menjadi dua yaitu faktor internal dan faktor eksternal.<sup>17</sup>

1. Faktor internal yang memengaruhi persepsi, yaitu faktor-faktor yang terdapat dalam diri individu, yang mencakup beberapa hal antara lain :
  - a. Fisiologis. Informasi masuk melalui alat indera, selanjutnya informasi yang diperoleh ini akan memengaruhi dan melengkapi usaha untuk memberikan arti terhadap lingkungan sekitarnya. Kapasitas indera untuk mempersepsi pada tiap orang berbeda-beda sehingga interpretasi terhadap lingkungan juga dapat berbeda.
  - b. Perhatian. Individu memerlukan sejumlah energi yang dikeluarkan untuk memperhatikan atau memfokuskan pada bentuk fisik dan fasilitas mental yang ada pada suatu obyek. Energi tiap orang berbeda-beda sehingga perhatian seseorang terhadap obyek juga berbeda dan hal ini akan memengaruhi persepsi terhadap suatu obyek.
  - c. Minat. Persepsi terhadap suatu obyek bervariasi tergantung pada seberapa banyak energi atau *perceptual vigilance* yang digerakkan untuk mempersepsi. *Perceptual vigilance* merupakan kecenderungan seseorang untuk memperhatikan tipe tertentu dari stimulus atau dapat dikatakan sebagai minat.
  - d. Kebutuhan yang searah. Faktor ini dapat dilihat dari bagaimana kuatnya seseorang individu mencari obyek-obyek atau pesan yang dapat memberikan jawaban sesuai dengan dirinya.
  - e. Pengalaman dan ingatan. Pengalaman dapat dikatakan tergantung pada ingatan dalam arti sejauh mana seseorang dapat mengingat kejadian-kejadian lampau untuk mengetahui suatu rangsang dalam pengertian luas.
  - f. Suasana hati. Keadaan emosi memengaruhi perilaku seseorang, mood ini menunjukkan bagaimana perasaan seseorang pada waktu yang dapat memengaruhi bagaimana seseorang dalam menerima, bereaksi dan mengingat.
2. Faktor eksternal yang memengaruhi persepsi, merupakan karakteristik dari lingkungan dan obyek-obyek yang terlibat di dalamnya. Elemen-elemen tersebut dapat mengubah sudut pandang seseorang terhadap dunia sekitarnya dan memengaruhi bagaimana

---

<sup>17</sup>Atkinson and Hilgard, *Introduction*, h. 300.

seseorang merasakannya atau menerimanya. Sementara itu faktor-faktor eksternal yang memengaruhi persepsi adalah :

- a. Ukuran dan penempatan dari obyek atau stimulus. Faktor ini menyatakan bahwa semakin besarnya hubungan suatu obyek, maka semakin mudah untuk dipahami. Bentuk ini akan memengaruhi persepsi individu dan dengan melihat bentuk ukuran suatu obyek individu akan mudah untuk perhatian pada gilirannya membentuk persepsi.
- b. Warna dari obyek-obyek. Obyek-obyek yang mempunyai cahaya lebih banyak, akan lebih mudah dipahami (*to be perceived*) dibandingkan dengan yang sedikit.
- c. Keunikan dan kontrasan stimulus. Stimulus luar yang penampilannya dengan latar belakang dan sekelilingnya yang sama sekali di luar sangkaan individu yang lain akan banyak menarik perhatian.
- d. Intensitas dan kekuatan dari stimulus. Stimulus dari luar akan memberi makna lebih bila lebih sering diperhatikan dibandingkan dengan yang hanya sekali dilihat. Kekuatan dari stimulus merupakan daya dari suatu obyek yang bisa memengaruhi persepsi.
- e. *Motion* atau gerakan. Individu akan banyak memberikan perhatian terhadap obyek yang memberikan gerakan dalam jangkauan pandangan dibandingkan obyek yang diam.

### iii. Perkembangan Persepsi

Persepsi berkembang secara bertahap, baik terjadi pada hewan maupun manusia. Berikut akan dipaparkan proses perkembangan persepsi bayi sejak bayi lahir:<sup>18</sup>

#### 1. Dunia yang Dilihat Ketika Bayi Lahir.

Meskipun retina dari bayi yang dilahirkan belum berfungsi dengan sempurna, namun para psikolog meyakini bahwa sudah dapat melihat meskipun dengan cara yang berbeda dengan cara melihat orang dewasa. Secara umum penglihatan bayi masih relatif kabur, sedangkan setelah enam bulan baru sama penglihatannya dengan manusia dewasa. Penglihatan bayi yang baru lahir masih belum tepat, misalnya saja bagaimanapun juga ia belum bisa untuk mengendalikan otot mata untuk mengkoordinasikan gerakan benda, sehingga

---

<sup>18</sup>Suciati, *Psikologi Komunikasi; Sebuah Tinjauan Teoretis dan Perspektif Islam*, cet. I (Yogyakarta: Buku Litera, 2015), h. 92.

yang nampak dari padanya hanya sebatas gelap, terang, putih, serta abu-abu. Hal ini berlangsung sampai pada usianya beberapa minggu.

## 2. Persepsi Bentuk Dini

Sel-sel kortikal yang bertugas mendeteksi suatu bentuk, sudah ada sejak bayi dilahirkan. Pada saat itu, bayi diperkirakan sudah dapat melihat sehingga dapat mengikuti benda yang bergerak seperti gerakan mata yang melompat-lompat. Ia juga sudah mampu membedakan yang mana obyek dan yang mana latar. Bayi juga sudah bisa mengenali garis lengkung dan kompleksitas. Ia juga bisa memilih pola tertentu yang lebih memiliki keunikan. Kesimpulan ini diperoleh berdasarkan pada penelitian tentang gerakan bola mata bayi yang dihadapannya diberikan dua pola yang berbeda. Fantz sebagaimana dinukil Suciati membuktikan bahwa bayi-bayi nampaknya lebih suka melihat untuk waktu yang lama untuk pola-pola yang agak rumit disajikan didepan mata bayi, maka ada kecenderungan bayi untuk melihat pola yang mengandung garis lengkung dibandingkan mengandung garis lurus. Penelitian ini dilakukan selama 10 minggu pada 22 bayi Amerika.<sup>19</sup> Dengan penelitian Fantz ini muncullah penelitian lain yang bersifat lanjutan dengan menghasilkan beberapa kombinasi seperti:

1. Bayi yang baru lahir lebih memilih tiga dimensi dari pada bidang datar.
2. Lebih menyukai benda yang bergerak dari pada diam.
3. Lebih suka memandangi bentuk yang mirip wajah dari pada benda lainnya.

Dengan kata lain bayi dengan usia 0 bulan sudah memiliki daya pilih.

## 3. Persepsi Kedalaman Dini

Dalam mempersepsikan kedalaman, Bower melakukan penelitian terhadap bayi di bawah delapan minggu yang ternyata juga mampu mempersepsikan kedalaman. Pada usia 10 hari, bayi yang ditelentangkan akan menunjukkan perilaku melindungi mukanya bila ada benda yang terlalu dekat dengan wajahnya.<sup>20</sup> Persepsi kedalaman berkembang pada beberapa bulan pertama. Meskipun kebanyakan kemampuan persepsi bersifat bawaan, pengalaman juga memainkan peranan penting. Bila seorang

---

<sup>19</sup>*Ibid.*, h. 93.

<sup>20</sup>*Ibid.*, h. 94.



bayi kehilangan pengalaman tertentu pada periode waktu yang penting periode kritis maka kemampuan persepsi mereka juga akan rusak. Kemampuan bawaan tidak akan bertahan lama karena sel-sel dalam system saraf mengalami kemunduran, berubah, atau gagal membentuk jalur saraf yang layak. Salah satu cara untuk mempelajari periode penting ini adalah dengan melihat apa yang terjadi ketika pengalaman persepsi di awal kehidupan gagal muncul. Untuk melakukan hal ini, para peneliti biasanya mempelajari hewan yang kemampuan indera dan persepsinya serupa manusia. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ternyata bayi sudah bisa mengorganisir lingkungannya secara tiga dimensi segera setelah mereka dilahirkan.

#### 4. Keadaan Pikiran

Segala sesuatu yang kita persepsikan akan dipengaruhi oleh banyak hal, diantaranya motivasi pribadi, nilai, tujuan hidup, minat, pengharapan dan sebagainya. Penelitian dari Hastorf dan Cantril membuktikan bahwa motivasi berpengaruh terhadap persepsi. Penelitian mereka dilakukan dengan responden siswa dua sekolah yang sedang bertanding sepakbola. Masing-masing penonton dari kedua belah pihak dipersilakan untuk menghitung terjadinya pelanggaran pada peserta. Terbukti bahwa siswa penonton menilai lawan melakukan dua kali pelanggaran lebih banyak daripada peserta dari asal sekolah yang sama.<sup>21</sup> Dengan demikian, motivasi, nilai, harapan dan emosi menyebabkan subyek memberikan penekanan yang secara pribadi bermakna bagi dirinya.

#### 5. Kebudayaan

Pengalaman-pengalaman dalam berbagai kebudayaan yang berbeda dapat berpengaruh terhadap persepsi seseorang. Pengaruh kebudayaan tersebut bisa kita lihat pada suku-suku Afrika primitif yang hanya terbiasa dengan lingkungan alamiah dimana karya-karya mereka pun lebih banyak berbentuk lingkaran-lingkaran dan lengkungan-lengkungan, tidak akan mengalami gejala ilusi Muller-Lyer jika kepada mereka diperlihatkan kedua garis diatas karena persepsi mereka tidak dipengaruhi oleh kebiasaan melihat garis-garis dan sudut-sudut. Buat mereka, garis-garis pada gambar 1 dan 2 akan dipersepsikan sama panjang. Pengaruh kebudayaan termasuk kebiasaan hidup, tampak juga dalam berbagai gejala hubungan manusia dengan lingkungan dalam kehidupan sehari-hari. Penduduk perkampungan kumuh di kota-

---

<sup>21</sup>*Ibid.*, h. 94.

kota besar biasa menggunakan air kali untuk kepentingan mandi, mencuci, dan kakus mempersepsikan air kali itu sebagai sesuatu hal yang masih dalam batas-batas optimal sehingga mereka menggunakan air kali itu dengan enak saja. Sebaliknya orang biasa tinggal dipermukiman mewah, tidak mungkin akan menggunakan air kali itu.<sup>22</sup> Dengan demikian, jelaslah bahwa persepsi ditentukan oleh pengalaman dan pengalaman dipengaruhi oleh kebudayaan.

#### iv. Ketepatan Persepsi Interpersonal

Dalam mempersepsikan manusia tidak semudah mempersepsikan benda. Sifat manusia yang mudah berubah dan memengaruhi pihak pemersepsi membuat ketepatan menjadi persoalan penting. Menurut Newcomb, ada dua hal yang menyebabkan ketepatan persepsi yang bersifat sosial:<sup>23</sup>

##### 1. Mengenali Keadaan Emosional Orang Lain

Kebanyakan orang menganggap bahwa dirinya sudah cukup bisa menilai orang lain secara tepat. Satu-satunya cara untuk bisa memahami orang lain secara tepat adalah dengan melakukan interaksi secara intens. Berbagai ekspresi dari sekedar melihat foto tidak dapat langsung disimpulkan tanpa melakukan komunikasi tatap muka dalam jangka waktu tertentu. Dalam sebuah eksperimen, penilai tidak dapat membedakan antara cinta, kebahagiaan dan suka cita, takjub, takut dan menderita, kemarahan dan ketegasan, jijik dan penghinaan. Hal ini dikarenakan bahwa diperlukan tanda-tanda lain yang mendukung penilaian seperti tingkah laku. Semakin banyak informasi yang diperoleh melalui tanda-tanda situasional maupun dalam tingkah laku, maka penilaian terhadap perasaan-perasaan orang lain semakin tepat.

##### 2. Derajat Kepandaian Menilai Orang Lain

Kebanyakan orang mengaku mereka dapat menilai orang lain secara intuitif. Namun intuitif tidak dapat menggantikan bukti yang sistematis. Pengalaman dan belajar adalah dua hal yang menjadi syarat bagi sebuah penilaian yang tepat. Para remaja akan menjadi penilai yang handal bagi sahabat-sahabat mereka, karena

---

<sup>22</sup>*Ibid.*, h. 95.

<sup>23</sup>Theodore Newcomb, *et.al.*, *Psikologi Sosial*, terj. (USA: Holt Rinehort and Winston. Inc, 1985), h. 75.

pengalaman yang dijalannya membuatnya pandai melakukan penilaian. Kepandaian juga berasal dari faktor belajar. Dokter gigi belajar dari pasien-pasiennya tentang hal-hal yang menyebabkan ketidak enakan. Demikian juga pengacara menjadi mahir untuk mengenali kasus-kasus kliennya karena ia belajar bertahun-tahun. Kiranya tidak bisa dipisahkan secara jelas bagaimana pengalaman dan belajar sebagai faktor penentu ketepatan penilaian. Pengalaman akan menjadikan pembelajaran bagi individu untuk menjadi pandai dalam mempersepsikan orang lain.

#### v. Proses Persepsi

Ada dua bentuk pemrosesan dalam sebuah persepsi yaitu pemrosesan *top-down* dan *bottom-up*.<sup>24</sup> Kita dapat menyimak potongan huruf-huruf ini: da-at-ah-nd-ba-ak-li-at-ni-an-se-ia-hu-uf-et-ga-ya-ih-la-gk-n? Mungkin sekali anda tidak memerlukan waktu yang lama untuk menebak rangkaian kalimat di atas. Dapatkah kita membaca kalimat yang setiap huruf ketiganya dihilangkan? Begitu kira-kira bunyi kalimatnya bukan! Jika persepsi terutama didasarkan pada pemecahan stimulus kedalam elemen-elemen dasarnya, maka memahami kalimat di atas, atau memahami stimulus lain yang ambigu tidak akan mungkin.

Pemrosesan *top-down* diatur oleh pengetahuan, pengalaman dan motivasi pada tingkat yang lebih tinggi. Anda dapat menemukan arti dari kalimat yang tidak lengkap di atas karena pengalaman membaca yang sebelumnya sudah Anda miliki dan memang bahasa Indonesia tertulis mengandung ketidak lengkapan. Tidak setiap huruf dalam masing-masing kata perlu ditulis agar kita dapat mengodekan arti dari pada kata tersebut. Terlebih lagi, mungkin kita juga berharap bisa membaca kalimat tersebut. Contoh lain adalah bagaimana bisa membaca sms teman yang memang huruf-hurufnya sangat tidak lengkap, misalnya: sy ng th knp km tdk brgkt kul hr ni (saya tidak tahu mengapa kamu tidak berangkat kuliah hari ini). Ajaib memang, tetapi itulah kenyataannya bahwa sebuah makna bisa terbentuk dari sesuatu yang tidak lengkap. Sebuah pengalaman

---

<sup>24</sup>Robert S. Feldman, *Pengantar Psikologi*, terj. (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), h. 35.

juga merupakan faktor penting penentu persepsi. Ketika kita pernah makan di restoran X dan kita kemudian merasakan gatal-gatal di badan dan ketahuan hal itu disebabkan karena alergi, maka kita akan segera menyimpulkan hal yang sama manakala teman kita mengalami hal yang sama. Seseorang mungkin menjadi takut menjalin hubungan dengan lawan jenis untuk kesekian kalinya setelah beberapa kali dia mengalami kegagalan atau patah hati. Dalam diri seseorang tersebut berarti sudah terbentuk makna bahwa dia selalu gagal dalam menjalin hubungan.<sup>25</sup>

Pemrosesaan *top-down* digambarkan oleh konteks yang penting dalam menentukan bagaimana kita memersepsi objek. Konteks dalam hal ini berhubungan dengan harapan. Misalnya saja ketika orang melihat barisan huruf A sampai huruf F, dibawahnya dipasangkan angka 10-14. Apa yang kira-kira yang di persepsikan? Kebanyakan dari kita akan memaknai bahwa keduanya adalah barisan angka dan huruf yang jumlahnya 4. Namun bila kita lebih hati-hati lagi ternyata kita melihat bahwa huruf B mirip dengan angka 13. Persepsi ini dipengaruhi oleh adanya harapan bahwa kedua barisan huruf dan bilangan adalah sekuen.<sup>26</sup>

Lebih lanjut, sebuah eksperimen dilakukan di kelas ketika mengajar. Pada layar disajikan huruf M saja yang memenuhi layar. Saya mencoba beberapa mahasiswa untuk memberi makna huruf M tersebut. Apa yang terjadi? Dalam lima orang mahasiswa ternyata memberikan makna yang sangat berbeda. Ada yang menyatakan bahwa M berarti *makanan*, M adalah *menstruasi*, M adalah *masalah*, M adalah *money*, dan mahasiswa terakhir menyatakan M adalah *maling*. Berbagai bentuk pemaknaan tersebut setelah ditelusuri sebabnya, mengapa mereka memersepsi huruf M menjadi seperti itu. Persepsi M makanan muncul karena mahasiswa tersebut memang dalam keadaan lapar dan berharap segera makan. M menstruasi muncul karena ternyata mahasiswa merasakan bahwa minggu ini adalah jatahnya menstruasi, M masalah muncul karena ternyata mahasiswa yang bersangkutan sedang mengalami banyak masalah sehingga

---

<sup>25</sup>Suciati, *Psikologi Komunikasi*, h. 97.

<sup>26</sup>*Ibid.*,

dirinya hampir frustrasi. M *money* muncul karena mahasiswa yang bersangkutan sedang sangat membutuhkan uang untuk bayar kuliah yang belum dibayar. Adapun M maling muncul karena yang bersangkutan baru saja rumahnya kebobolan maling. Berdasarkan eksperimen tersebut persepsi yang muncul bisa disimpulkan sebagai sebuah hasil dari harapan.<sup>27</sup>

Sebuah proses *top-down* tidak muncul begitu saja, tetapi harus dengan bantuan dari proses *bottom-up*. Pemrosesan *bottom-up* terdiri atas kemajuan dalam mengenali dan memroses informasi dari komponen-komponen individual dari suatu stimulus dan beralih menjadi persepsi terhadap keseluruhan. Kita tidak akan dapat mencapai kemajuan dalam pengenalan kita terhadap huruf dan angka sebagaimana dicontohkan di atas tanpa mampu memersepsi bentuk-bentuk individual dari huruf-huruf tersebut. Beberapa persepsi dengan demikian terjadi pada tingkat pola dan ciri dari masing-masing huruf yang terpisah.

Pemrosesan *top-down* dan *bottom-up* terjadi secara simultan, dan saling berinteraksi dalam persepsi terhadap dunia atau sekeliling kita. Pemrosesan *bottom-up* membuat kita mampu untuk memproses karakteristik fundamental dari stimulus, sementara proses *top-down* menjadikan kita dapat membawa pengalaman kita untuk melakukan persepsi. Ketika kita belajar lebih tentang proses kompleks yang terlibat dalam persepsi ini, kita mengembangkan sebuah pengembangan yang lebih baik tentang bagaimana otak secara berkelanjutan menginterpretasikan informasi dari indera dan membuat kita dapat memberikan respon yang tepat kepada lingkungan.

#### **vi. Persepsi dalam Perspektif Islam**

Dalam Alquran terdapat beberapa ayat yang memiliki makna terkait dengan panca indera manusia. Dalam Q.S. An-Nahl ayat 78 dan Q.S. As-Sajadah ayat 9 memberikan gambaran bahwa manusia dilahirkan di dunia dengan tidak menguasai apapun, oleh karenanya Allah melengkapi dengan panca indera yang tidak langsung berfungsi setelah ia lahir, tetapi fungsi ini mengikuti

---

<sup>27</sup>*Ibid*, h. 98.

perkembangan fisiknya.<sup>28</sup> Adapun penafsiran dari kedua ayat di atas serta ayat-ayat lain yang terkait antara lain:

a. Allah SWT. berfirman:

وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَرَ  
وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴿٧٨﴾

Artinya: “dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatupun, dan Dia memberi kamu pendengaran, penglihatan dan hati, agar kamu bersyukur”.<sup>29</sup> Ayat ini ditafsirkan bahwa Allah memberikan alat untuk mengetahui dalam rangka untuk memahami ilmu, yaitu pendengaran, penglihatan dan akal sehingga segala rahasia di sekitar manusia dapat diketahuinya. Dengan *ma'rifat* yang diberikan kepada manusia dan tanda-tanda kebesaran Allah yang dapat dilihat dengan mata kepala manusia.<sup>30</sup>

b. Allah SWT. berfirman:

ثُمَّ سَوَّاهُ وَنَفَخَ فِيهِ مِنْ رُوحِهِ ۗ وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَرَ وَالْأَفْئِدَةَ ۗ قَلِيلًا مَّا  
تَشْكُرُونَ ﴿٧٩﴾

Artinya: “Kemudian Dia menyempurnakan dan meniupkan ke dalamnya ruh (ciptaan) dan Dia menjadikan bagimu pendengaran, penglihatan serta akal tidak lain agar manusia bisa mengetahui segala sesuatu yang ada disekitarnya.”<sup>31</sup> Akal adalah salah satu sarana agar manusia bisa memperoleh ilmu secara benar. Namun demikian sangat sedikit sekali manusia yang pandai mensyukuri nikmat-nikmat yang telah Allah berikan kepadanya.<sup>32</sup>

<sup>28</sup>Usman Nadjati, *Psikologi Islam* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 15.

<sup>29</sup>Q.S. An-Nahal/16: 78.

<sup>30</sup>Hasbi As-Shiddiqiy, *Tafsir An-Nur* (Jakarta: Cakrawala Publishing, 2011), h. 105.

<sup>31</sup>Q.S. As-Sajadah/32: 9.

<sup>32</sup>As-Shiddiqiy, *Tafsir An-Nur*, h. 190.

- c. Ayat yang terkait dengan penglihatan dapat dilihat di dalam Q.S. An-Nur ayat 43:

أَلَمْ تَرَ أَنَّ اللَّهَ يُزِيحُ سَحَابًا ثُمَّ يُؤَلِّفُ بَيْنَهُمْ ثُمَّ جَعَلَهُمْ رُكَّامًا فَتَرَى الْوَدْقَ يَخْرُجُ مِنْ خِلَالِهِ وَيُنزِلُ مِنَ السَّمَاءِ مِنْ جِبَالٍ فِيهَا مِنْ بَرَدٍ فَيُصِيبُ بِهِ مَنْ يَشَاءُ وَيَصْرِفُهُ عَنِ مَنْ يَشَاءُ يَكَادُ سَنَا بَرْقِهِ يَذْهَبُ بِالْأَبْصَارِ ﴿٤٣﴾

Artinya: “Tidakkah kamu melihat bahwa Allah mengarak awan kemudian mengumpulkan antara (bagian-bagiannya), kemudian dijadikannya bertindih-tindih. Maka kelihatan darimu hujan keluar dari celah-celahnya dan Allah juga menurunkan butiran-butiran es dari langit yaitu dari gumpalan-gumpalan awan seperti gunung-gunung. Maka ditimpakan-Nya butiran-butiran es itu kepada siapa saja yang dikehendaki-Nya. Kilauan kilat awan itu hampir menghilangkan penglihatan.”<sup>33</sup>

Ada yang berpendapat sesungguhnya Allah menjadikan gunung-gunung salju di angkasa tinggi dan dari gunung-gunung itulah turunlah salju di angkasa tinggi. Makna ini diperkuat dengan teori-teori baru yang menetapkan bahwa lapisan udara terdapat gunung-gunung salju. Hujan dilimpahkan kepada siapa saja yang dikehendaki-Nya meskipun mereka sangat memerlukan. Awan itu mengandung kilat yang menyinari alam bumi sehingga kilat itu hampir menyambar pandangan mata manusia karena sangat keras dan cepat.<sup>34</sup>

- d. Ayat yang terkait dengan pendengaran, yaitu Q.S. Az-Zumar ayat 18:

الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ ۗ أُولَٰئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمْ أُؤْتَوْنَ  
الْأَلْبَابَ ﴿١٨﴾

Artinya: “Yang mendengarkan perkataan dan mengikuti apa yang paling baik di antaranya. Mereka itulah orang-orang yang diberi Allah petunjuk dan mereka itu adalah orang-orang yang mempunyai akal.” Ayat ini ditafsirkan bahwa orang-orang yang mau mendengarkan pernyataan yang

<sup>33</sup> Q.S. An-Nur /26: 43.

<sup>34</sup> As-Shiddiqiy, *Tafsir An-Nur*, h. 217.



benar, lalu mengikuti mana yang lebih utama dan mana yang lebih dapat menunjangi kepada kebenaran akan memperoleh surga yang kekal. Mereka adalah orang-orang yang diberi taufik oleh Allah untuk menerima kebenaran, dan mereka bukanlah orang-orang yang berpaling. Mereka juga merupakan orang-orang yang mempunyai akal sehat dan fitrah yang murni yang tidak ditundukkan oleh hawa nafsu. Ada ayat yang menyebutkan bahwa dua ayat itu diturunkan mengenai tiga sahabat Nabi, yaitu Zaid ibn Amr, Abu Dzar Al-Ghifari, dan Salman Al-Farisi. Pada masa jahiliyah ketiganya membaca *La Ilaha illa Allah*.<sup>35</sup>

- e. Ayat yang terkait dengan penciuman, firman Allah dalam Alquran:

وَالْحَبُّ ذُو الْعَصْفِ وَالرَّيْحَانُ ﴿٥٦﴾

Artinya: "Dan biji-bijian yang berkulit dan bunga-bunga yang harum baunya."<sup>36</sup> Ayat ini ditafsirkan bahwa di dunia ini banyak sekali biji-bijian yang menjadi makanan pokok, seperti gandum, padi, dan lain-lain. Juga terdapat berbagai macam tumbuhan yang harum bunganya. Allah yang menjadikan bagi kita bermacam buah, khususnya kurma dan berbagai macam biji yang mempunyai jerami untuk makanan hewan dan yang memiliki isi untuk menjadi rezeki kita.<sup>37</sup>

Beberapa ayat di atas, menegaskan bahwa kepada manusia diberikan anugerah panca indera berupa pendengaran, penglihatan, penciuman dan sebagainya agar bisa memaknai apa yang ada di dunia ini. Dengan demikian manusia harus bisa berpikir bahwa tanpa panca indera manusia tidak dapat melakukan sensasi yang merupakan proses awal terjadinya persepsi.

## 2. Analisis Isi

Analisis isi (*content analysis*) merupakan salah satu teknik penelitian yang berusaha untuk mengukur kadar atau jumlah sesuatu (seperti kadar isi adegan-adegan keras di media massa, kadar penayangan hal-hal negatif tentang wanita di media massa

<sup>35</sup>*Ibid*, h. 235.

<sup>36</sup>Q.S. Ar-Rahmann/55: 12.

<sup>37</sup>As-Shiddiqiy, *Tafsir An-Nur*, h. 260.



dan lain-lain) dalam suatu sampel yang representatif. Analisis isi ini dapat juga dilakukan terhadap Surah-Surah pribadi seseorang, percakapan-percakapan dalam telepon, perkuliahan di lokal yang tidak berupa media dan sebagainya.

Metode analisis isi pada dasarnya merupakan suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah pesan, atau suatu alat untuk mengobservasi dan menganalisis isi perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih. Dalam pengertian lain, analisis isi merupakan metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif dan kuantitatif terhadap pesan tampak.

Teknik analisis isi ini sering digunakan dalam analisis-*analisis* verifikasi. Cara kerja atau logika analisis data ini sesungguhnya sama dengan kebanyakan analisis data kuantitatif. Penelitian memulai analisisnya dengan menggunakan lambang-lambang tertentu, mengklasifikasi data tersebut dengan kriteria-kriteria tertentu serta melakukan prediksi dengan teknik analisis yang tertentu pula.

Menurut Klaris Krippendorff, analisis isi adalah suatu teknik penelitian membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru (*replicable*) dan sah data dengan memperhatikan konteksnya.<sup>38</sup> Sebagai suatu teknik penelitian, analisis isi mencakup prosedur-prosedur khusus untuk pemrosesan data ilmiah. Sebagaimana semua teknik penelitian, ia bertujuan untuk memberikan pengetahuan, membuka wawasan baru, menyajikan fakta dan panduan praktis pelaksanaannya. Jadi analisis ini adalah sebuah alat dalam penelitian.

Analisis isi merupakan salah satu teknik penelitian yang berusaha mengukur kadar atau jumlah sesuatu dalam suatu sampel yang tentatif. Analisis isi mencoba untuk mempelajari sesuatu tentang masyarakat dengan menguji atau menganalisis apa yang mereka tulis, apa yang mereka bicarakan dalam televisi, radio atau film. Menurut Berger, analisis isi memandang bahwa pola perilaku nilai-nilai dan sikap yang dianut masyarakat dapat dilihat dalam tulisan-tulisan atau pembicaraan-pembicaraan yang mereka buat dalam media.

Analisis isi merupakan suatu metode pengumpulan informasi yang memerlukan biaya cukup murah dan mudah dilakukan. Sebab media massa seperti Surat kabar, majalah, komik dan sebagainya pada umumnya tersedia di perpustakaan dalam bentuk

---

<sup>38</sup>Gibson dan Donnelly, *Organisasi*, h. 105.

cetakan atau mikro film. Analisis isi juga memungkinkan si peneliti untuk menganalisis media yang terbaru, atau bandingkan isi media dalam dua atau tiga zaman yang berbeda.

Bila disederhanakan analisis isi merupakan suatu cara untuk mengetahui sikap dan perilaku seseorang secara tidak langsung, tetapi objektif dan selalu dapat memenuhi sasaran. Teknik analisis isi justru lebih efektif untuk mengetahui pendapat, sikap, perilaku dan nilai-nilai yang dianut masyarakat, dibandingkan dengan menanyakan secara langsung bagaimana pendapat mereka, sikap mereka, dan perilaku mereka tentang sesuatu.

Seperti halnya metode lain, suatu metode akan lebih terarah apabila dilakukan dengan menggunakan prosedur yang telah tersusun dan terformat dengan rapi, begitu juga dengan analisis isi. Analisis isi akan lebih baik, apabila mengikuti langkah-langkah tertentu seperti yang pernah dilakukan oleh para peneliti. Kholil mendeskripsikan langkah-langkah analisis isi sebagai berikut:<sup>39</sup>

**a. Menentukan Objek Penelitian.**

Penentuan objek kajian atau penelitian oleh periset harus sesuai dengan analisis isi, sesuai dengan minat, kemampuan dan keahlian peneliti. Misalnya, objek kajian adalah tayangan sinetron keagamaan di televisi, tayangan mistik atau adegan kekerasan di televisi, berita politik pada surat kabar, pornografi di internet, dan sebagainya.

**b. Menentukan Bahan-Bahan Yang Hendak Dikaji.**

Setelah objek penelitiannya dapat ditentukan, selanjutnya menentukan bahan-bahan yang hendak dikaji dan dapat memberikan data yang diperlukan. Kalau objek yang diteliti tentang muatan adegan-adegan keras pada film-film lokal dan import di televisi, maka bahan utamanya yaitu televisi yang dapat mengakses tayangan film-film lokal dan import tersebut. Kemudian buku-buku rujukan yang relevan untuk dapat dijadikan sebagai sumber data pendukung atau sekunder. Misalnya; objek yang dipilih tentang berita pada surat kabar, maka bahan kajiannya adalah surat kabar yang dijadikan sebagai sampel penelitian.

---

<sup>39</sup>Syukur Kholil, *Metodologi Penelitian Komunikasi* (Bandung: Citapusaka Media, 2006), h. 52. Lihat juga dalam Husein Umar, *Metode Riset Komunikasi Organisasi: Sebuah Pendekatan Kuantitatif Dilengkapi dengan Contoh Proposal dan Hasil Riset Komunikasi Organisasi* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), h. 44.

**c. Menentukan Kategori-Kategori Yang Akan Diteliti.**

Apabila bahan kajian sudah ditentukan, maka selanjutnya adalah menentukan kategori-kategori atau indikator-indikator yang akan diteliti. Misalnya; apabila objek yang dipilih adalah berita politik pada surat kabar harian Medan, dan bahan-bahan yang dikaji adalah surat kabar harian Waspada dan Analisa, maka kategori-kategori yang dianalisis misalnya boleh dibuat sebagai berikut:

- 1) Nama surat kabar.
- 2) Sumber berita politik.
- 3) Halaman pemuatan berita politik.
- 4) Panjang atau luas kolom berita politik.
- 5) Orientasi berita politik.
- 6) Pelaku utama dalam berita.
- 7) Skor penonjolan berita politik.
- 8) Dan sebagainya yang dipandang perlu.

**d. Menentukan unit analisis.**

Unit analisis dapat berupa orang, berita, perilaku dan sebagainya. Kalau dirujuk kepada contoh di atas, yaitu berita politik pada surat kabar sebagai objek dan bahan kajian, maka yang menjadi unit analisisnya adalah keseluruhan berita politik yang didapati pada surat kabar yang dijadikan sebagai sampel penelitian.

**e. Memilih Sampel Penelitian.<sup>40</sup>**

Banyak pengertian tentang sampel, tetapi secara umum dapat dijelaskan bahwa sampel merupakan bagian dari suatu populasi.<sup>41</sup> Dalam pengambilan sampel penelitian analisis isi, perlu ditentukan terlebih dahulu jangka waktu pengambilannya. Misalnya, selama tiga bulan, empat bulan, enam bulan atau lebih sesuai dengan minat dan kemampuan peneliti. Kemudian baru menentukan berapa surat kabar harian yang dijadikan sebagai sampel penelitian. Misalnya, ada sekitar 10 Surat kabar harian nasional

---

<sup>40</sup>Kholil, *Metodologi*, h. 52-54.

<sup>41</sup>Umar, *Metode Riset*, h. 128.

yang terbit di Medan, mungkin hanya diambil lima surat kabar saja sebagai sampel penelitian.<sup>42</sup>

**f. Membuat Kerangka Koding.**

Kerangka koding adalah berupa daftar kategori-kategori yang diteliti beserta batasan dan pengertian operasional setiap kategori. Dengan adanya kerangka koding, maka semua petugas yang melakukan koding mempunyai panduan yang sama, dan pada gilirannya diharapkan pemahaman mereka juga dalam melakukan koding adalah sama.

Misalnya, salah satu kategori yang digunakan dalam kajian analisis isi ialah orientasi berita politik dengan alternatif jawaban (1) berorientasi positif, (2) berorientasi negatif, (3) berorientasi netral. Dalam kerangka koding perlu dibuat pengertian operasional orientasi berita politik tersebut, dan juga pengertian operasional setiap alternatif jawaban. Apa makna berita politik yang berorientasi negatif, perlu ditegaskan. Sehingga tidak terjadi perbedaan pemahaman di kalangan pengkoding ketika melakukan koding data.

Dengan demikian, kerangka koding ini merupakan panduan bagi para pengkoding dalam melakukan koding data. Karena itu semua kategori yang digunakan dalam kajian analisis, perlu dibuat pengertian operasionalnya dalam kerangka koding.<sup>43</sup>

**g. Membuat Borang Koding Analisis Isi.**

Fungsi atau kedudukan borang koding analisis isi dalam kajian analisis isi (*content isi*) sama dengan fungsi kuesioner dalam kajian survey, yaitu merupakan alat pengumpul data yang sangat menentukan kepada validitas dan reabilitas data yang akan diperoleh. Kategori-kategori yang digunakan dalam borang koding analisis data ini harus mampu menjawab keseluruhan pertanyaan penelitian atau rumusan masalah.

Pembuatan borang koding harus berpadukan kepada kerangka koding yang telah disusun sebelumnya, dan kerangka koding itu harus mengikut kepada kategori-kategori yang telah ditentukan sendiri.<sup>44</sup>

**h. Uji Coba Instrument.**

---

<sup>42</sup>Kholil, *Metodologi*, h. 54.

<sup>43</sup>*Ibid*, h. 55.

<sup>44</sup>*Ibid*, h. 56.

Uji coba instrument bertujuan untuk memastikan bahwa alat pengumpul data tersebut sudah mempunyai keandalan dan ke-sah-an yang tinggi untuk mengukur apa yang ingin diukur dalam suatu penelitian.

**i. Melatih Petugas Koding.**

Pada umumnya yang melakukan tugas koding data ini adalah pembantu peneliti atau staf peneliti. Walaupun peneliti sudah mempersiapkan borang koding data yang telah teruji keandalan dan kesahannya, peneliti masih perlu untuk memberikan pengarahan dan penjelasan-penjelasan kepada para petugas koding data tentang tujuan penelitian, kategori-kategori yang akan dikoding serta petunjuk pengkodingannya. Kemudian mereka juga perlu diberi latihan cara mengkoding data yang benar. Dengan demikian, petugas koding dapat melaksanakan tugas koding data lebih baik dan benar.

**j. Mengkoding Data.**

Dalam mengkoding data harus teliti dan hati-hati. Pesan-pesan komunikasi yang dikaji harus benar-benar dipahami baru kemudian ditentukan alternatif jawabannya sesuai dengan borang koding data. Apabila satu kali baca belum dapat dipahami, maka boleh dibaca berulang-ulang kembali sampai akhirnya benar-benar dipahami. Karena dalam analisis isi, tidak selamanya hanya mencari kata-kata, tetapi kadang-kadang perlu memahami makna kalimat atau paragraf demi untuk menetapkan alternatif jawaban.<sup>45</sup>

**k. Menganalisis Data.**

Menganalisis data merupakan salah satu metode yang diterapkan dalam analisis isi yang bertujuan untuk mengetahui keakuratan dan kesesuaian data yang diperoleh seorang periset. Dalam hal ini, data lebih mudah dianalisis dengan menggunakan bantuan *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) atau paket statistik untuk ilmu-ilmu sosial, atau analisis lainnya yang sesuai. Apabila unit analisis dan datanya tidak terlalu banyak, dapat juga dilakukan pengolahan data secara manual. Teknik analisis data ini dapat dilakukan secara deskriptif saja, tabulasi silang (*cros tabulation*), korelasional dan sebagainya sesuai dengan tuntutan penelitian.

---

<sup>45</sup>*Ibid*, h. 57.

### 1. Membuat Laporan Penelitian.

Setelah semua data telah dianalisis, langkah berikutnya adalah menulis laporan penelitian untuk keperluan publikasi. Karena bagaimanapun bagusnya penelitian tanpa dipublikasikan kepada masyarakat, maka tidak akan bermakna.<sup>46</sup>

### 3. Agenda *Setting Theory*

Secara harfiah, agenda dapat diartikan sebagai *ōacaraō*. Dengan demikian agenda setting dapat pula diartikan sebagai susunan acara. Adapun yang menetapkan susunan acara media massa dalam hal ini adalah redaksi media masa yang bersangkutan, sebagai pelaksana ketetapan dari pemilik suatu perubahan media massa. Teori agenda setting pertama sekali diperkenalkan dan dikembangkan oleh McCombs dan Shaw. Teori ini berpendapat bahwa jika media massa memberikan tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu memengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting.<sup>47</sup>

Pengembang teori ini (McCombs dan Shaw), memusatkan perhatian pada efek media massa terhadap pengetahuan. Kekuatan media dalam memengaruhi publik sebagai sasaran dari media dianggap memiliki kemampuan untuk menerima serta menyeleksi setiap informasi yang disampaikan oleh media, sesuai dengan latar belakang sosial budaya dari audiennya. Menurut McCombs dan Shaw, audien tidak hanya belajar tentang isu-isu yang terjadi di tengah masyarakat serta kejadian yang disampaikan oleh media, tetapi audien juga belajar bagaimana pentingnya mengaitkan sebuah isu atau topik dari penekanan yang disampaikan oleh media massa.<sup>48</sup>

Teori agenda setting juga mempelajari tentang proses pemahaman dari norma-norma sosial termasuk didalamnya adalah sosialisasi. Selanjutnya teori ini juga menjelaskan dampak media komunikasi terhadap budaya dan masyarakat, terutama sebagai suatu proses penyimpanan dan penguatan terhadap nilai-nilai sosial. Seterusnya menjelaskan kecendrungan-kecendrungan media terhadap penyampaian ideologi yang dapat memengaruhi struktur sosial di dalam masyarakat.

---

<sup>46</sup>*Ibid*, h. 57.

<sup>47</sup>Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000), cet. Ke-2, h. 287.

<sup>48</sup>Dennis McQuail dan Steven Windhal, *Communication Model for The Study Of Mass Communication* (Belmont California: Wadsworth Publishing Company, 1988), h. 62.

Teori ini mengedepankan aspek-aspek penting media massa yang memiliki determinasi perencanaan sebuah isu yang diformat melalui penyusunan agenda, yang bertujuan untuk memengaruhi masyarakat. Salah satu contoh yang paling populer berdasarkan penelitian McCombs dan Shaw, adalah mengenai posisi pemilih pada sebuah proses kampanye pemilihan presiden di Amerika Serikat. Berdasarkan penelitian tersebut diperoleh kesimpulan, bahwa untuk menciptakan persepsi yang positif terhadap kualitas calon presiden, akan sangat efektif bila menggunakan saluran media massa seperti Surat kabar, media, televisi dan halaman tajuk rencana yang selanjutnya akan memberi umpan balik yang konstruktif dari para calon pemilih.<sup>49</sup>

Kemampuan media massa dalam memberikan efek perubahan kognitif pada pemilih merupakan aspek yang sangat penting dalam mewujudkan kekuatan komunikasi massa. Selanjutnya berdasarkan studi McCombs dan Shaw, menunjukkan bahwa meski Surat kabar dan televisi sama-sama memengaruhi agenda politik pada khalayak, ternyata Surat kabar pada umumnya lebih efektif dalam menata agenda ketimbang televisi.<sup>50</sup> Agenda setting dalam hal ini diformulasi bila para pembaca dapat diyakinkan bahwa suatu masalah adalah penting, mereka akan menentukan sikap sesuai dengan yang telah diproyeksikan sebagai sesuatu yang dapat memecahkan masalah tertentu.

Media massa tidak dapat secara langsung menciptakan opini publik, sebagaimana manusia mampu merespon setiap gambar yang disaksikannya sendiri pengetahuan yang dimiliki manusia sangat besar, kompleks dan cepat berlalu pada lingkungan yang nyata. Sehingga manusia tidak dapat melengkapinya kesepakatan melalui berbagai macam seluk beluk, variasi serta berbagai macam kombinasi. Dengan demikian manusia hanya dapat melakukan sesuatu dalam lingkungannya, melalui rekonstruksi kenyataan yang dihadapinya dengan menggunakan sebuah model yang sederhana sebelum mampu memanager kenyataan tersebut. Dengan kata lain ide dasar dari teori ini adalah bahwa media bisa memengaruhi khalayak dengan cara memperbesar isu-isu pada suatu berita, peristiwa atau kejadian, sedangkan pada aspek lain, isu diperkecil. Isi atau informasi juga bisa disetting sehingga khalayak bisa menilai apakah berita atau informasi itu penting atau tidak. Masalah yang kecil bisa menjadi besar, sebaliknya masalah yang besar bisa

---

<sup>49</sup>Stewart L, Tubbs dan Sylvia Moss, *Human Communication, Prinsip-prinsip dasar* terjemahan, Dedy Mulyana dan Gembirasasi, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2011), h. 19.

<sup>50</sup>Alexistan, *Mass Communication Theories and Research* (Columbus, Ohio: Grid Publishing Inc., 1981), h. 277.



menjadi kecil, sesuai dengan kemampuan media massa dalam mensetting berita atau informasi dimaksudkan.<sup>51</sup>

Teori ini selanjutnya mengemuka dengan ungkapan "Media massa memiliki signifikansi sebagai penyeter utama terhadap informasi dan opini". Media massa tidak akan sukses hanya dengan mendengarkan apa yang menjadi pemikiran masyarakat, tetapi ia akan sukses manakala ia mampu menarik perhatian khalayak melalui apa yang dipikirkan mereka, tidak hanya tergantung pada ketertarikan pribadi, tetapi juga pada gambaran peta yang dibuat oleh para penulis, editor dan penerbit media massa yang mereka baca.<sup>52</sup>

Setiap media massa memilih berita-berita dan masalah-masalah tertentu yang menjadi topik utamanya untuk dapat memengaruhi agenda setting publiknya. Agenda setting dalam hal ini adalah sesuatu proses dari fungsi media massa untuk melakukan upaya interpretasi berita dan aturan untuk berperilaku. Interpretasi dan pengeditan berita yang dilakuka oleh pihak media massa kadang kala dapat menimbulkan komunikasi yang disfungsional pada kehidupan masyarakat.

Setiap individu dalam masyarakat bebas menerima atau menolak pandangan-pandangan yang diberikan oleh media massa. Tetapi dalam hal-hal tertentu, pada saat masyarakat menerima gagasan, pendapat dan pandangan yang disampaikan oleh media massa tersebut terlebih dahulu melewati proses pencernaan dan penganalisaan oleh masyarakat, maka dalam konteks ini masyarakat sebagai konsumen media massa berfungsi kritis (seorang yang rasional).<sup>53</sup>

Heaver mengatakan bahwa media massa tidak merefleksikan kenyataan, melainkan menyaring dan membentuknya seperti sebuah kalaedoskop yang menyaring dan membentuk cahaya.<sup>54</sup> Alexis Tan, selanjutnya menyimpulkan bahwa media massa memengaruhi kognisi publik melalui dua cara. Pertama, media secara efektif menginformasikan peristiwa politik kepada khalayak. Kedua, media memengaruhi

---

<sup>51</sup>Standlay J. Baran dan Dennis K. Davis, *Mass Communication Theory Foundation Ferment and Future* (Belmont California: Wardswort Publishing Company, tt), h. 232.

<sup>52</sup>*Ibid.*

<sup>53</sup>Charles R Wright, *sosiologi Komunikasi Massa*, terjemahan Lilawati Trimo dan Jalaluddin Rakhmat (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1988), h. 20-21.

<sup>54</sup>Effendi, *Ilmu Komunikasi*, h. 287-288.



persepsi khalayak mengenai pentingnya masalah politik.<sup>55</sup> Untuk memahami proses tersebut, agenda setting meliputi tiga hal, yaitu agenda media, agenda khalayak dan agenda kebijaksanaan. Masing-masing agenda itu mencakup dimensi-dimensi sebagai berikut :

- a. Untuk agenda media, dimensi-dimensinya adalah *visibilitas* (jumlah dan tingkat menonjolnya berita), *audience salience* (tingkat menonjol bagi khalayak, relevansi isi berita dengan kebutuhan khalayak). *Valansi* (menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa).
- b. Untuk agenda khalayak, dimensi-dimensinya adalah ; *familiarity* (keakraban, derajat kesadaran khalayak akan topik tertentu), *personasaliense* (penonjolan pribadi, relevansi kepentingan dengan ciri pribadi), *favuorably* /kesenangan (pertimbangan senang atau tidak senang akan topik berita).
- c. Untuk agenda kebijaksanaan, dimensi-dimensinya adalah ; *support* (dukungan kegiatan menyenangkan bagi posisi suatu berita tertentu), *likelihood of action* (kemungkinan kegiatan, kemungkinan pemerintah melaksanakan apa yang diibaratkan), *fereedom of action* (kebebasan bertindak, nilai kegiatan yang mungkin dilakukan pemerintah).

Teori agenda setting ini digunakan dalam penelitian ini untuk menjelaskan peran penting media massa dalam menyebarkan isu-isu baru disesuaikan dengan isu yang berkembang di masyarakat, bagaimana media menyusun berita-berita tersebut sehingga ada hubungan antara media dan masyarakat secara konsisten terbentuk.

#### 4. *Uses and Effect*

Pendekatan *uses and effect* pertama kali dikemukakan oleh Sven Windahl yang merupakan sintesis antara pendekatan *uses and gratifications* dan teori tradisional mengenai efek<sup>56</sup>. Konsep *'use'* (penggunaan) merupakan bagian yang sangat penting atau pokok dari pemikiran teori ini. Karena pengetahuan mengenai penggunaan media akan memberikan jalan bagi pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa. Penggunaan media massa dapat memiliki banyak arti. Ini dapat berarti *exposure* yang semata-mata menunjuk pada tindakan mempersepsi. Dalam konteks lain,

---

<sup>55</sup>Alexix Tan, *Mass*, h. 277.

<sup>56</sup>Sasa Djuarsa Sendjaya, *Teori Komunikasi* (Jakarta: UT, 2002), h. 41.

pengertian tersebut dapat menjadi suatu proses yang lebih kompleks, dimana isi terkait harapan-harapan tertentu untuk dapat dipenuhi, fokus dari teori ini lebih kepada pengertian kedua<sup>57</sup>.

Kalau dalam teori *uses and gratifications* menganggap, bahwa penggunaan media ditentukan oleh adanya kebutuhan dasar dari setiap individu, maka dalam teori *uses and effects*, kebutuhan hanya menjadi salah satu dari faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media. Karakteristik individu, harapan dan persepsi terhadap media, dan tingkat akses terhadap media akan membawa individu memutuskan untuk menggunakan media atau tidak.

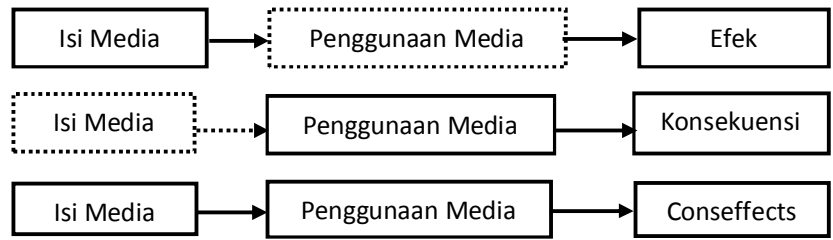
Hasil dari proses komunikasi massa dan kaitannya dengan penggunaan media akan membawa kita pada bahagian penting dari teori *uses and effect*, hubungan antara penggunaan dan hasilnya, dengan tetap memperhatikan isi media, memiliki beberapa bentuk yang berbeda, yaitu:

1. Pada kebanyakan teori efek tradisional media, karakteristik isi media menentukan sebagian besar dari hasil. Dalam hal ini, penggunaan media hanya dianggap sebagai faktor perantara, hasil dari proses tersebut dinamakan efek.
2. Dalam berbagai proses, hasil lebih merupakan akibat penggunaan daripada karakteristik isi media. Penggunaan media dapat mengecualikan, mencegah atau mengurangi aktivitas lainnya, disamping dapat pula memiliki konsekuensi psikologis seperti ketergantungan pada media tertentu. Jika penggunaan merupakan penyebab utama dari hasil, disebut konsekuensi.
3. Kita dapat juga beranggapan bahwa hasil ditentukan oleh sebagian isi media (melalui perantaraannya) dan sebagian lainnya ditentukan oleh penggunaan media itu sendiri. Oleh karenanya ada dua proses penggunaan yang terjadi dan berlangsung secara serempak dan bekerja bersama-sama, sehingga terjadi suatu hasil yang disebut dengan *consequence effects*” (yaitu berupa gabungan antara konsekuensi dan efek dari suatu media). Proses pendidikan yang terjadi melalui media biasanya menyebabkan hasil yang berbentuk *consequence effects*, sebagian dari hasil disebabkan oleh isi yang berbentuk pembelajaran (efek) dan sebagian lagi merupakan bagian hasil penggunaan media secara otomatis mengakumulasikan dan menyimpan pengetahuan.

Ketiga hubungan tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:

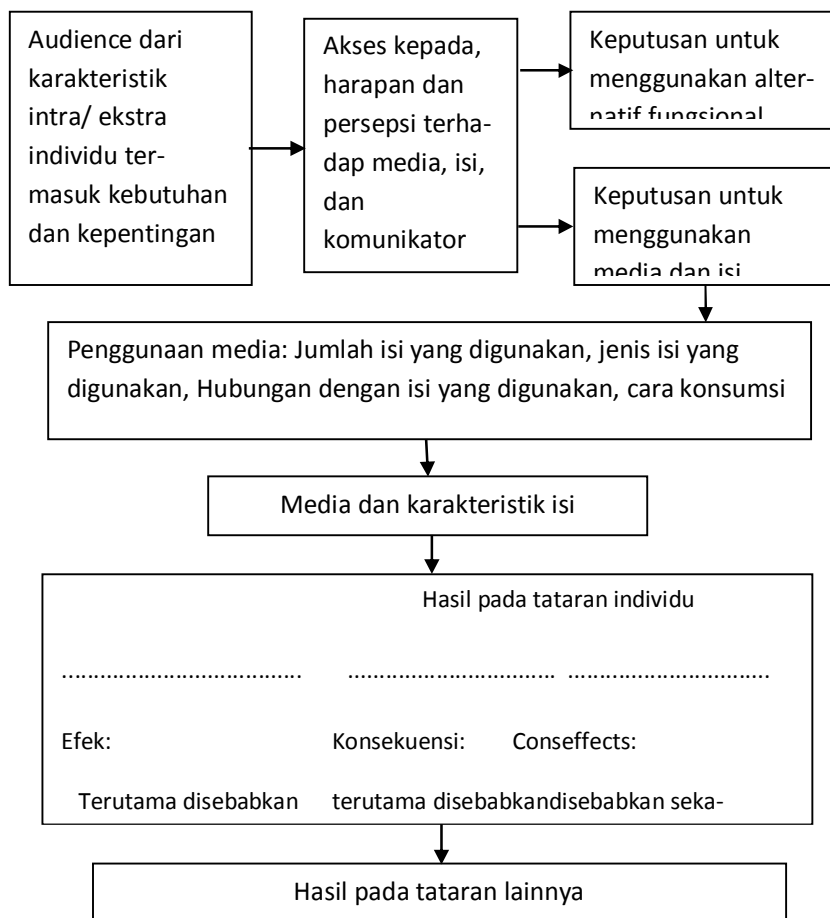
---

<sup>57</sup>Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat* (Jakarta: Kencana, 2007), h. 287.



Sumber : S. Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi*, h. 216.

Gambaran tersebut dapat ditemukan dalam tataran individu dan tataran masyarakat. Gambaran selengkapnya dapat dilihat di dalam diagram berikut:



Sumber : S. Djuarsa Sendjaja, *Teori Komunikasi*, h. 217.

Alasan utama mempelajari penggunaan komunikasi adalah untuk mengetahui bagaimana komunikasi itu menimbulkan efek. Efek dari suatu kegiatan komunikasi terhadap individu maupun masyarakat membuat komunikator memprediksi dan melakukan sesuatu agar efek tertentu dari komunikasi dapat tercipta. Secara sederhana kondisi-kondisi yang harus dipenuhi agar suatu pesan dapat membangkitkan tanggapan yang dikehendaki, menurut Schramm meliputi syarat-syarat berikut :

- a. Setiap pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian sasaran yang dimaksud.
- b. Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju pada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga sama-sama dapat mengerti.
- c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak sasaran dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut.
- d. Pesan harus menyarankan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi, yang layak bagi situasi kelompok dimana sasaran benda pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki<sup>58</sup>.

Bernard Berelson memformulasi faktor-faktor tersebut dalam sebuah hipotesis berikut: "berbagai jenis saluran komunikasi bagi berbagai jenis persoalan yang menarik perhatian orang yang berada dalam berbagai jenis kondisi menimbulkan berbagai jenis efek"<sup>59</sup>. Berelson menambahkan, faktor-faktor terpenting untuk mensukseskan komunikasi adalah jenis saluran komunikasi yang digunakan, jenis persoalan yang diutarakan, jenis orang yang menerima isi pesan, jenis kondisi yang mengitarinya serta jenis efek yang ditimbulkan.

---

<sup>58</sup>Wibur Schramm, "How Communication Works", dalam Onong Uchjana Effendy, *Komunikasi dan Modernisasi* (Bandung: Alumni, 1981), h. 53.

<sup>59</sup>Bernard Berelson, "Communication and Public Opinion", dalam Onong Uchjana Effendy, *Komunikasi dan Modernisasi* (Bandung: Alumni, 1981), h. 83-95.

Mengetahui efek komunikasi dapat dilihat dari beberapa pendekatan, seperti efek jangka panjang dan jangka pendek, efek yang mengubah dan efek yang mempertahankan, efek yang diharapkan dan efek yang tidak diharapkan, efek langsung dan efek tidak langsung, efek yang disengaja dan efek yang tidak disengaja, efek besar dan efek kecil, efek dari segi komunikator dan efek dari segi komunikan<sup>60</sup>.

Pengetahuan tentang efek komunikasi massa berkisar pada interaksi antara pesan, situasi, kepribadian dan kelompok. Karena organisasi komunikasi sedikit sekali pengetahuannya tentang perorangan dalam khalayak ramai, maka ramalan tentang efek cukup sulit. Namun demikian, ada kombinasi yang berbeda-beda antara situasi, kepribadian kelompok di antara anggota-anggota khalayak (massa) dalam menerima pesan, maka jenis efek yang mungkin timbul berbeda-beda pula.

Penelitian dengan penggunaan dan efek komunikasi massa dilengkapi dengan sejumlah konsep, model dan metode. Menurut McQuail, banyak upaya yang telah dilakukan untuk meneliti berbagai efek yang diperkirakan timbul dari penggunaan media massa. Kadar besar-kecilnya perhatian pun cenderung mengalami perubahan. Diperkirakan perhatian lebih besar diarahkan pada efek kognitif saluran media massa. Dan efek struktural terhadap distribusi pengetahuan masyarakat.<sup>61</sup> Di samping itu, batasan efek juga mengalami perubahan karena ia mencakup beberapa kategori efek, penggunaan waktu, dan kadar pemberian perhatian terhadap rangsangan pesan.

Joseph Klapper menemukan bahwa terdapat efek positif pemberitaan media terhadap perubahan masyarakat<sup>62</sup>. Namun sejumlah efek media yang telah dibahas oleh para peneliti sebelumnya menunjukkan gagasan sosialisasi mencakup unsur pengendalian sosial serta beberapa kecenderungan penentuan realitas yang menguntungkan tatanan sosial yang ada. Dengan demikian, efek media masih dipandang dari perspektif jenis dan belum dinilai dalam hubungannya dengan tujuan, yakni untuk mengetahui siapa yang melakukan apa, untuk siapa dan dengan tujuan apa.

Media menyediakan landasan yang sama untuk perbincangan, topik, ilustrasi sebagai pasak gantungan opini. Dimensi afiliasi mengacu pada media sebagai alat bantu

---

<sup>60</sup>*Ibid.*, h. 95-99.

<sup>61</sup>Dennis McQuail, *Teori Komunikasi*, h. 281.

<sup>62</sup>Joseph T. Klapper, *The Effect of Mass Communication* (Glencoe: Iils Free Press, 1960), h. 8.

untuk melakukan atau menghindarkan hubungan fisik dan verbal serta mengacu pada fungsi media untuk meningkatkan solidaritas keluarga, membina hubungan dan mengurangi tensi. Pembelajaran sosial, terutama berkaitan dengan berbagai aspek sosialisasi. Kompetensi/dominasi berkaitan dengan hal-hal seperti permainan dan penguatan peran, dengan kesahihan argumentasi, dan ikhwal menjadi pemimpin opini atau terdepan dalam berita.

Media sebagai suplementer apabila keperluan untuk menggunakan media sekedar merupakan tambahan informasi. Media berfungsi komplementer apabila penggunaannya untuk melengkapi dan merupakan unsur penyempurna sebagai sumber dan sasaran komunikasi. Sedangkan media berfungsi substitusi apabila penggunaannya adalah memenuhi syarat keperluan pengisian dari kekosongan sumber informasi.<sup>63</sup>

Konsep *use* (penggunaan) merupakan bagian yang sangat penting atau pokok dari pemikiran ini. Karena pengetahuan mengenai penggunaan media akan memberikan jalan bagi pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa. Penggunaan media dapat memiliki banyak arti. Ini dapat berarti *exposure* yang semata-mata menunjuk pada tindakan mempersepsi. Dalam konteks lain, pengertian tersebut dapat menjadi suatu proses yang lebih kompleks, dimana isi terkait harapan-harapan tertentu untuk dapat dipenuhi, fokus dari teori ini lebih kepada pengertian yang kedua yaitu bagaimana isi (konten) media surat kabar mampu memberikan efek atau pengaruh terhadap perilaku beragama masyarakat.

## 5. *Teori Uses and Gratifications*

Teori Uses and gratifications dikenal dengan istilah teori penggunaan dan kepuasan. Teori ini bukan berarti baru. Pada dekade 1940-an, para sarjana di Amerika telah mengkaji mengapa khalayak menggunakan berbagai media, seperti kuiz di radio, membaca buku-buku komik dan membaca Surat kabar. Berelson(1954) misalnya menemukan bahwa khalayak membaca Surat kabar untuk mengetahui informasi penting dan untuk mendapat teman. Pada dekade 1960-an dan 1970-an banyak dilakukan penyelidikan secara sistematis berdasarkan teori.<sup>64</sup>

---

<sup>63</sup>Astrid S. Susanto, *Filsafat Komunikasi* (Bandung: Bina Cipta, 1976), h. 202.

<sup>64</sup>Katz, J. Blumer, and M. Gurevitch, *Uses of Mass Communication by the Individual*, (New York: Preager, 1974), h. 11.

Tokoh yang sering di hubungkan dengan pendekatan penggunaan dan kepuasan ialah: Blumer dan Katz.<sup>65</sup> Mereka telah menggariskan sejumlah pendapat dasar teori dan metodologi untuk teori ini. Walaupun didapati banyak perbedaan dari segi pendekatan dan pengukuran keperluan individu dan fungsi media massa, Namun teori penggunaan dan kepuasan berasaskan kepada suatu pendapat umum, yaitu:

- a. Pengguna media massa ialah, memenuhi keperluan-keperluan tertentu. Keperluan itu dapat membangun lingkungan sosial.
- b. Individu atau khalayak memilih jenis media massa dan isi media yang dapat memenuhi keperluan-keperluan mereka. Audien mempunyai kekuasaan yang lebih besar untuk memilih media massa dan isinya dibandingkan dengan kekuasaan media massa untuk memengaruhi.
- c. Ada sumber-sumber lain selain media massa yang dapat memberikan kepuasan kepada individu dan media massa harus bertanding dengan sumber-sumber tersebut. Contohnya: keluarga, teman-teman, tidur dan aktifitas lain yang dapat mengisi waktu senggang.
- d. Audien sadar akan keperluan itu, dan mereka juga mempunyai alasan mengapa mereka menggunakan media massa tertentu.

Katz *et.al* membagi keperluan-keperluan audien dalam kaitannya dengan media massa kepada lima kategori, yaitu:

- a. Keperluan kognitif, yaitu keperluan akan informasi, pengetahuan dan pemahaman tentang lingkungan.
- b. Keperluan afektif, yaitu keperluan-keperluan yang menyangkut dengan keindahan, kesenangan dan pengalaman-pengalaman kerohanian.
- c. Keperluan individu yaitu keperluan yang dapat memperkuat rasa percaya kepada diri sendiri, kestabilan dan status pribadi (harga diri).
- d. Keperluan menjalin hubungan sosial yaitu keperluan yang dapat meningkatkan hubungan akrab dengan keluarga, dengan teman-teman dan masyarakat luas.
- e. Keperluan untuk hiburan.<sup>66</sup>

Katz mencoba memodifikasi teori penggunaan dan kepuasan dengan cara memadukannya dengan model pengharapan nilai (*expectancy-value model*). Menurut Katz *et.al.*, tujuan khalayak dalam kehidupan di dunia adalah sesuai pengharapan

---

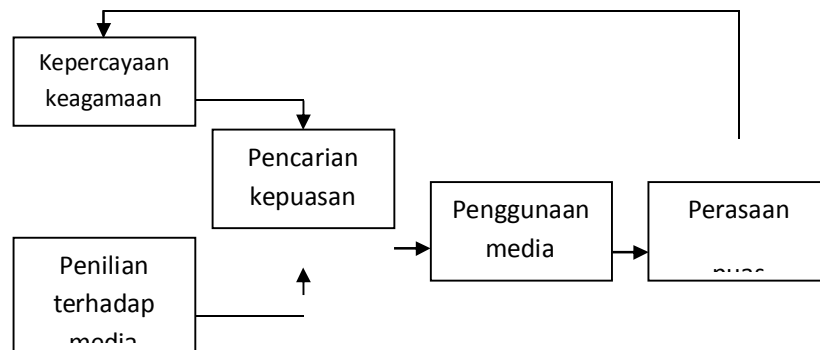
<sup>65</sup>Litteljohn S.W, *Theories of Human Communication*. (California :Word Worth Publishing Company, 1989), h. 270.

<sup>66</sup>Katz, *et.al.*, *Uses*, h. 12.



(kepercayaan) dan penilaian mereka. Penonton media di pandang dapat memperoleh kepuasan yang merupakan aplikasi dari pada nilai pengharapan. Katz *et.al.*, mengartikan pencarian kepuasan (*gratification sought*) sebagai kepercayaan seseorang tentang apa yang dapat diberikan oleh media, dan penilaian seseorang tentang apa yang dapat diberikan oleh media dan penilaian seseorang terhadap isi media. misalnya, individu percaya bahwa media berisi unsur hiburan, dan dia menilai hiburan itu adalah baik; kemudian dia akan memenuhi kepuasannya dengan cara menonton media yang berisi hiburan. Sebaliknya, mungkin orang lain yakin bahwa siaran tersebut sebagai suatu yang buruk. Oleh karena itu, dia menghindarinya atau tidak akan menontonnya.<sup>67</sup>

Individu memiliki kepercayaan tertentu terhadap sesuatu program berdasarkan penilainnya sendiri terhadap program tersebut. Kepercayaan dan penilaian khalayak perlu untuk memastikan jenis program yang dapat memberikan kepuasan kepada khalayak. Hal ini digambarkan sebagai berikut:



Skema 1: Model pengharapan nilai dari pencarian dan perolehan kepuasan.<sup>68</sup>

Kombinasi di antara kepercayaan keagamaan dan penilaian terhadap media dan isi media dapat membawa kesan yang positif atau negatif. Seseorang yang memilih untuk menggunakan media dan isi media adalah karena ia memandangnya sebagai suatu hal yang positif dan bertentangan dengan kepercayaan dan nilai-nilai pribadinya. Sebaliknya, apabila individu menganggap media dan isi media sebagai sesuatu yang negatif, dalam arti bertentangan dengan kepercayaan dan nilai-nilainya maka ia akan menghindarinya. Keadaan ini dapat digambarkan seperti skema berikut:

<sup>67</sup>*Ibid*, h. 13.

<sup>68</sup>Litteljohn S.W, *Theories of Human Communication* (California: Word Worth Publishing Company, 1989), h. 275.



Teori *uses and gratifications* ini meski sangat terkenal, terutama bagi kalangan sarjana komunikasi Amerika, ternyata juga tidak terlepas dari berbagai kritikan. Diantara kritikan itu menyebutkan bahwa :

- a. Metode dan konsep penggunaan dan kepuasan sering dikatakan terlalu individualistis. Hal ini menjadi hambatan dalam upaya menghubungkannya dengan struktur sosial.
- b. Kajian empirik terlalu bergantung pada audien yang bersifat subjektif
- c. Model penggunaan dan kepuasan menggambarkan khalayak bersifat adil dan aktif. Namun ternyata berdasarkan hasil kajian empirik, menunjukkan bahwa audien televisi ada yang tidak atau kurang selektif.
- d. Hasil kajian juga menunjukkan bahwa sebagian audien kurang sensitive terhadap kandungan media itu sendiri.
- e. Memberi peluang kepada produser untuk menyiarkan bahan-bahan yang kurang baik dengan alasan untuk memenuhi keperluan audien.<sup>69</sup>

Teori *uses and gratifications* digunakan dalam penelitian ini untuk menjelaskan ketika riset kita berhubungan dengan pengaruh media bagi audiens, teori ini menitik beratkan pada kondisi psikologis dan sosial individu dalam memilih media yang akan digunakan dengan begitu dapat dianalisa seberapa besar pengaruh media bagi audiens sehingga dapat menjadi alat ukur kepuasan audiens terhadap suatu media.

## 6. Media Massa Islam

Problema terbesar umat Islam dewasa ini dalam bidang informasi adalah tidak dimilikinya sebuah media massa yang dapat dijadikan sebagai alat untuk memperjuangkan dan menyampaikan dakwah yang tersimpul dalam ungkapan *amr ma'ruf nahi munkar*. Di samping ketiadaan media, tantangan lain yang dihadapi adalah rendahnya kualitas sumber daya manusia umat Islam yang berkecimpung dalam dunia pers. Media massa Islam konon hanya sebagai penyadur dan penciplak informasi dari Barat. Akibat yang terjadi bukan saja invasi pemikiran dan budaya (*ghazwul fikr wa ghazawus tsaqof*) dari dunia Barat,

---

<sup>69</sup>McQuail, D & Windhal, S. *Communication Models for Study of Mass Communications* (London: Longman. 1979), h. 79.

namun praktis nilai-nilai dakwah juga tidak tersosialisasikan dengan baik dan lancar kepada umat.

Kondisi di atas secara internal memberi dampak disuguhkannya Islam dengan citra yang buruk kepada umat, yang dapat menyebabkan lunturnya akidah, sehingga kualitas keberagamaan umatpun akan mengalami degradasi. Tulisan ini selanjutnya akan membahas media massa Islam yang melingkar pada pembahasan menemukan definisi media massa Islam, kondisi objektif dan profeknya media massa Islam pada masa depan.

#### a. Pengertian Media Massa Islam

Secara leksikal, media didefinisikan sebagai alat (sarana) komunikasi seperti koran, majalah, televisi, film, poster, dan spanduk. Dalam pengertian yang lain, media dimaksudkan sebagai perantara; penghubung.<sup>70</sup> Dalam konteks komunikasi, media diartikan sebagai perluasan jangkauan manusia.<sup>71</sup>

Menurut Onong Uchjana Effendy, media adalah sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikasi jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.<sup>72</sup> Komunikasi bermedia (*mediated communication*) adalah komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya, dan/atau banyak jumlahnya. Komunikasi bermedia disebut juga komunikasi tak langsung (*indirect communication*), dan sebagai konsekuensinya tidak mengetahui tanggapan komunikan pada saat ia berkomunikasi. Oleh sebab itu dalam melancarkan proses komunikasi dengan menggunakan media, komunikator harus lebih matang dalam perencanaan dan persiapannya sehingga ia merasa pasti bahwa komunikasinya itu akan berhasil.

Agar media dapat berfungsi sebagai media massa, harus memenuhi syarat, yakni selain dapat menyampaikan suatu komunikasi yang menimbulkan hubungan yang bersifat impersonal, juga harus mencakup pengertian bahwa komunikasi yang dilakukan berasal dari suatu sumber tunggal yang ditujukan kepada sejumlah

---

<sup>70</sup>Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1995), h. 640.

<sup>71</sup>Abdillah Hanafi, (ed), *Memahami Komunikasi Antara Manusia* (Surabaya: Usaha Nasional, 1984), h. 101.

<sup>72</sup>Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: Rosdakarya, 2000), h. 6.

besar orang (massa). Media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikasi berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya adalah Surat kabar, radio, televisi dan film, yang beroperasi dalam bidang informasi, edukasi, dan rekreasi, atau dalam istilah lain: penerangan, pendidikan, dan hiburan. Keuntungan komunikasi dengan menggunakan media massa ialah, bahwa media massa menimbulkan keserempakan (*simultaneity*), artinya suatu pendapat diterima oleh komunikasi yang jumlahnya relatif amat banyak, ratusan ribu, jutaan.

Belakangan ini berkembang suatu wacana yang mensinergikan antara media dan Islam. Lalu apa yang dimaksud dengan media Islam tersebut? Istilah ini menyajikan permasalahan pembuatan definisi dan fokus studi yang sangat beragam ó antara lain ó sering dipersulit oleh perspektif sejarah. Lagi pula, menurut Aslam Abdullah, istilah media Islam melibatkan kepekaan politik yang cukup besar. Pada setiap masa dan setiap masyarakat, bentuk media Islam saling berhubungan dengan keragaman isi yang tumpang tindih dan bertumpuk, sehingga apa yang disebut media Islam benar-benar bersifat *ambigu* (mendua). Tidak ada definisi yang pasti mengenai media Islam. Namun, sebagai pedoman kasar biasanya digunakan cara dengan menentukan unsur-unsur isi, etika media dan komitmen terhadap Islam.<sup>73</sup>

Pada bulan September 1981 di Jakarta, diadakan konferensi internasional pertama wartawan dan pekerja media Muslim yang dihadiri sekitar 250 wartawan Muslim dari 50 negara. Konferensi tersebut tidak memberikan definisi apapun mengenai media Islam, akan tetapi menerima persetujuan untuk para pekerja media Islam. Persetujuan tersebut mungkin satu-satunya dokumen yang bisa diperoleh sebagai pedoman dalam membuat definisi media massa Islam. Persetujuan tersebut menekankan dua hal. *Pertama*, aturan berperilaku yang Islami hendaknya menjadi dasar bagi setiap pekerja media massa Islam dalam kegiatan jurnalistiknya; dan *kedua* kepribadian Islam. Kedua hal tersebut sangat

---

<sup>73</sup>Aslam Abdullah, "Media Muslim: Sekarang dan Masa Depan", dalam *Audientia Jurnal Komunikasi*, Vol. I, No. 1 Januari-Maret 1993, h. 65.

menekankan pada konsolidasi keimanan individu Muslim pada prinsip etika dan nilai-nilai Islam sebagai kewajiban utama media massa Islam.<sup>74</sup>

Lalu, apa yang dimaksud dengan media massa Islam dan peran apa yang bisa dimainkannya untuk mewujudkan cita-cita *khaira ummah*? Dalam konteks ini media massa Islam secara konseptual tentunya memiliki perbedaan normatif dengan media massa lain, walaupun secara operasional tentu sama. Media massa Islam merupakan salah satu institusi dalam proses transformasi intelektual dan kultural masyarakat Muslim.

Menurut Ainur Rofiq Sophiaan terdapat dua pendekatan untuk menjelaskan pengertian media massa Islam: *Pertama*, metode pendekatan secara formal. Dalam hal ini media massa Islam dipahami sebagai media yang diterbitkan oleh umat Islam, menyuarakan aspirasi dan aktivitas umat Islam dan bertujuan untuk mempertahankan misi dan eksistensi Islam. *Kedua*, metode pendekatan informal. Media massa Islam dinilai dari misi Islam itu sendiri secara global dan holistik, *rahmatan lil alamin*. Dalam konteks ini sistem Islam lebih banyak diukur dari cita-cita moralitasnya dari semua segi kehidupan. Wujudnya adalah keadilan, pemerataan, “kebebasan” (bukan sebagaimana lazimnya di Barat), persaudaraan, persamaan dan demokrasi.<sup>75</sup>

Dengan demikian batasan mengenai media massa Islam, sejauh ini merupakan percikan pemikiran dan pengalaman yang lebih terfokus pada sejumlah tantangan dan kendala yang tengah dan akan dihadapi. Bila kita sependapat dan konsisten dengan paparan di atas, tampaknya kebutuhan definisi tidak menjadi persoalan. Andaiapun diperlukan, maka pemahaman harus berangkat dari kenyataan objektif dari jati diri Islam itu sendiri, yang dalam hal ini telah melahirkan karya intelektual yang sangat besar dan bernas.

Dalam hal ini Asep Syamsul M. Romli mengukur media massa Islam itu dengan kriteria “media khusus tentang agama dan umat Islam, beratribut Islam, atau media

---

<sup>74</sup>*Ibid.*, h. 66.

<sup>75</sup>Ainur Rofiq Sophiaan, *Tantangan Media Informasi Islam Antara Profesionalisme dan Dominasi Zionis* (Surabaya: Risalah Gusti, 1993), h. 7-8.

massa umum yang bernafaskan Islam dan berpedoman pada nilai-nilai Islam".<sup>76</sup> Persoalannya sejauhmana preferensi yang dikembangkan media massa Islam itu berada dalam tataran global sehingga sudut pandang yang ditempuhnya juga tidak sampai menutup mata dari hamparan khazanah Islam yang luas dan agung.

Pakar-pakar komunikasi semisal Harold Laswell, Wilbur Schramm, Lazarsfeld mengklasifikasi lima peranan utama media massa, yaitu *surveillance*, *correlation*, *ethicizing function*, *interpreter*, dan *watchdog*. Tidaklah berlebihan seandainya fungsi dan peran media Islam terinspirasi dari rumusan di atas. *Pertama*, media Islam harus bersifat kritis terhadap lingkungan luar, sanggup menyaring informasi Barat yang relevan dan tidak bias terhadap Islam. *Kedua*, media Islam harus mampu merangsang terjadinya perubahan-perubahan sosial dalam masyarakat. *Ketiga*, media Islam hendaknya sanggup melakukan proses sosialisasi sebagai upaya untuk memelihara dan mengembangkan khazanah intelektual Islam. *Keempat*, media Islam harus mampu menjadi penerjemah dan *frontier spirit* bagi pembaharuan dan gagasan-gagasan kreatif kontemporer. Dalam hal ini dakwah perlu diorientasikan ke depan agar sanggup berbicara dengan berbagai problema sosial dewasa ini. *Kelima*, karena media Islam merupakan salah satu institusi dalam proses transformasi intelektual dan kultural, media Islam harus mampu menjadi pengawas terhadap kebijakan-kebijakan pemerintah.

Menurut Amin Aziz, sasaran-sasaran yang diharapkan dari media massa Islam adalah: (1) kemampuan meningkatkan ilmu pengetahuan dan teknologi, (2) meningkatkan pemahaman terhadap ajaran agama Islam yang sesungguhnya, (3) meningkatkan keyakinan bahwa ajaran Islam berfungsi untuk mendatangkan kemajuan, (4) meningkatkan pengamalan ilmu-iman-amal, (5) mencari jalan keluar dari pengaruh budaya Barat yang terselip dalam penyebaran modernisasi.<sup>77</sup>

Adapun yang menjadi tuntutan dalam kaitan di atas adalah menciptakan profesionalisme dalam keseluruhan mekanisme manajemen media massa, manajemen redaksional, manajemen keuangan dan manajemen pemasaran. Ali bin Abi Thalib ra.

---

<sup>76</sup>Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Praktis* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), h. 90.

<sup>77</sup>Amin Aziz, *Umat Islam Menyongsong Era Informasi*, dalam Rusjdi Hamka dan Rafiq, (eds.), *Islam dan Era Informasi* (Jakarta: Panjimas, 1989), h. 27.



**PDF Complete**  
Your complimentary  
use period has ended.  
Thank you for using  
PDF Complete.

[Click Here to upgrade to  
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

pernah berucap: “*al-Haqq bi la-nidzam yaghlibuhu al bathil bi al-nidzam*” (kebenaran yang tidak dimenej secara profesional akan dihancurkan oleh kebatilan yang dimenej secara profesional). Sikap profesionalisme ini sekaligus akan menepis batas-batas kebudayaan yang kurang relevan dengan moralitas Islam seperti primordialisme, sektarianisme, absolutisme (pendapat), dan kecendrungan menganggap remeh pemikiran orang lain tanpa disertai argumentasi yang rasional dan proporsional. Bukankah dalam hal ini Alquran memberi arahan bagi setiap Muslim untuk bertutur kata yang baik, tutur sapa yang santun, efektif, objektif dan bijaksana.

Paralel dengan itu, media massa Islam harus mampu mengembangkan sikap profesionalismenya sehingga tidak dijadikan sebagai komoditi politik tertentu, dijadikan sebagai kenderaan untuk kepentingan golongan tertentu, tetapi dengan sikap netralnya mampu memosisikan diri sebagai *the fourth of estate* (kekuatan keempat setelah legislatif, eksekutif dan yudikatif). Untuk itu media Islam harus bersifat dinamis, progresif dan antisipatif bagi proses pembentukan kepribadian Muslim yang tangguh, membangun tatanan kehidupan searah dengan ajaran Islam. Media Islam dengan sendirinya akan bekerja tidak parsial, tidak pula temporal tetapi kontiniu, padu dan terencana dengan baik.

Sesuai dengan fungsi penerbitan, seyogyanya media Islam senantiasa memperhatikan kaedah-kaedah komunikasi. Isi penerbitan media Islam hendaknya dapat menimbulkan kesadaran objek terhadap pesan-pesan dakwah. Mengurangi rasa tidak pasti dan ragu-ragu terhadap persoalan yang menyangkut kehidupan sosial ajaran Islam dan menyelesaikan konflik sekaligus diharapkan kejelasan, ketegasan dalam berdakwah.

#### **b. Tanggungjawab Pengelola Media Massa Islam**

Ziauddin Sardar pernah mempopulerkan ungkapan “informasi bukan hanya kebutuhan, melainkan juga dapat menjadi sumber kekuasaan”. Dengan kata lain siapa yang menguasai informasi berarti memiliki potensi untuk memengaruhi opini orang lain. Berarti, media massa sebagai industri informasi mempunyai potensi untuk memengaruhi pikiran-pikiran orang atau khalayak yang mengkonsumsi informasi itu.

Industri media massa bukan saja mempunyai nilai komersial, tetapi justru menduduki posisi sangat strategis membangun pendapat umum.

Media massa Islam jangankan membicarakan posisi strategis dan peran untuk menciptakan opini dunia, masalah definisi yang definitif saja masih terjadi perdebatan yang panjang, apakah media massa Islam dilihat dari pendekatan formal ataukah pendekatan informal? Lama sekali kita mengeluh perlakuan semana-mena dan informasi yang tidak adil media massa Barat terhadap Islam dan umat Islam. Tetapi, adakah yang sudah kita perbuat? Belum banyak, bahkan media-media Islam masih belum beranjak dari posisinya sebagai media-media yang tergolong *the tiny locals*, media-media gurem kelas lokal. Lebih dari itu media Islam Indonesia cenderung defensif dan lebih tertarik untuk melakukan *counter issue* daripada mengolah dan mengembangkan isu baru yang aktual dan urgen. Terlebih isu yang menyangkut keterkaitan emosional keagamaan.

Bagi pengelola media Islam kerap kali dihadapkan pada suatu dilema yang pelik. Di satu sisi, jika peran “penanggap” itu terus dimainkan, maka seolah-olah media Islam terjebak pada karakteristik pamflet yang mewakili sejumlah kepentingan partisan. Akan tetapi, di sisi lain jika peran itu tidak dijalankan, maka umat akan terkontaminasi dengan berbagai informasi, keyakinan dan buah pikiran yang dalam beberapa hal mungkin kurang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.<sup>78</sup>

Dilihat dari konteks global maupun nasional, media Islam tampaknya masih berada dalam posisi öpinggiranö akibat kelemahan-kelemahan struktural maupun kultural profesional. Bila dibandingkan dengan media massa Barat yang senantiasa memanipulasi atau merekayasa pemberitaan tentang Islam dan umat Islam dengan tujuan mendiskreditkan posisi Islam di dunia internasional, sangatlah terasa betapa miskinnya kontribusi media Islam dalam bidang informasi. Itulah sebabnya media Islam sering menjadi bulan-bulanan media massa Barat.

Menurut Aslam Abdullah, 90 % lalu lintas informasi dunia dikuasai Barat. Agen-agen berita seperti UPI (AS), Reuters (Inggris), AFP (Perancis), saat ini mengendalikan pertukaran berita-berita internasional – termasuk ke negara-negara Muslim. Dari sekitar

---

<sup>78</sup>Ainur Rofiq Sophiaan, *Tantangan*, h. viii.



42 kantor berita yang dikelola negara-negara Muslim, tak satupun yang dominan, bahkan kebanyakan operasinya sangat bergantung pada kantor-kantor berita Barat.<sup>79</sup> Walaupun kita memiliki kantor berita Islam IINA (*International Islamic News Agency*), tetapi bila dibandingkan dengan AP misalnya, betapa lemahnya posisi media Islam (lihat data kecil berikut ini):

	AP	IINA
Jumlah liputan/hari	200-600 kasus	30
Jumlah wartawan	400 orang	25
Jumlah pelanggan	8500/150 negara	15
Biaya operasional	40 juta US \$ dolar	0,2
Jumlah biro	76	15

Penguasaan informasi oleh media massa Barat digunakan untuk melakukan *psy war* terhadap dunia Islam. Melalui media massa, Barat seringkali melakukan *stereotype* dan subordinasi mengenai Islam dan umat Islam. Termasuk tentang Islam fundamentalis, Islam radikal, Islam militan, dan segudang *stereotype* lainnya sangat akrab ditelinga umat Islam. Parahnya terjadilah justifikasi terhadap pendapat dan pikiran-pikiran miring akibat gencarnya serangan media massa dalam kehidupan umat Islam. Edward W. Said menggambarkan “secara ideologis posisi pers Islam jauh dari persepsi layaknya dipahami para penganutnya. Islam, menurut kaca mata Barat tidak lebih dari persoalan hukum, otokrasi, mode-mode logika abad pertengahan, dan teokrasi. Melalui laporan-laporan dan artikel-artikelnya media massa Barat selalu berusaha menafsirkan Islam dari konteks ideologi modernisasi dan pengakuan Barat atas eksistensi Israel”.<sup>80</sup> Di lain pihak, ketidak cermatan media massa Islam dalam memilih dan memilah informasi dari Barat sering menyebabkan berita dari orang-orang *fasiq* diyakini kebenarannya oleh umat Islam. Kondisi ini disebabkan oleh penguasaan bahasa

<sup>79</sup> Aslam Abdullah, *Media Muslim*, h. 83.

<sup>80</sup> Edward W. Said, *Penjungkirbalikan Dunia Islam* (Bandung: Pustaka, 1986), h. 70.





**PDF Complete**

Your complimentary use period has ended.  
Thank you for using PDF Complete.

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

asing yang sederhana, akses pada informasi yang rendah serta pengalaman jurnalistik internasional yang minim.

Harus disadari bahwa, media massa Islam belum mampu memposisikan dirinya sebagai kekuatan pengimbang (*countervailing power*) bagi media massa umum yang sering mendiskreditkan Islam dan umat Islam. Dalam kondisi seperti ini, pertarungan pemikiran dan ideologi (*ghazw al-fikr*) tidak mungkin efektif bila hanya mengandalkan metode dakwah *bil lisan*, *bil hal* maupun dakwah *fardhiyah*. Ada ungkapan yang mengatakan “potonglah baja dengan baja, pukullah pers dengan pers”. Sehingga peran sentral media massa dalam membumikan dakwah di penjuru dunia menjadi sangat vital sifatnya. Secepatnya umat Islam harus bangkit dari ketertinggalannya dalam pengelolaan media massa.

### **c. Benturan Media Islam dengan Budaya Barat**

Perkembangan media massa dewasa ini mengalami kemajuan yang menggembirakan plus mengkuatirkan. Dikatakan menggembirakan karena melalui media massa proses transformasi sosial berjalan sangat cepat di samping distribusi ilmu pengetahuan dan teknologi merambah melewati batas-batas geografis. Kemajuan media massa telah mengantarkan peradaban dunia yang berciri global, tidak seorangpun kini dapat melepaskan diri dari *media exposure* secara total. Sehingga wajar bila ada ungkapan “*we can't live without the press*”.

Namun di sisi lain, keberadaan media massa ternyata memunculkan penyakit kecemasan informasi pada sebagian masyarakat, karena laju pertumbuhan dan akumulasi pengetahuan serta informasi mengalami peningkatan sangat cepat secara eksponensial. Gejala penyakit kecemasan informasi ini terlihat dari betapa banyaknya orang mengumpulkan informasi dari berbagai jenis, jumlah, kualitas dan kompleksitas media massa tanpa mampu mengolah informasi tersebut. Kadangkala manusia juga menerima “limbah” informasi yang tidak bermanfaat bagi dirinya. Hal ini terjadi karena arus informasi ternyata sangat sukar dikendalikan atau diawasi.

Ziauddin Sardar mempertanyakan, apakah semua perkembangan informasi ini sungguh-sungguh bisa melahirkan sebuah tatanan masyarakat yang lebih baik? Apakah dengan melimpah ruahnya teknologi komunikasi mampu mengarahkan dan menentukan masa depan kita? Menghadapi teknologi komunikasi ibarat melewati sebuah padang ranjau. Revolusi informasi yang dijajakan kepada kita melalui televisi, Surat kabar dan majalah begitu mewah, menarik dan dianggap sebagai suatu rahmat.<sup>81</sup> Tapi sekali lagi, manakala kita tidak mampu mengelola dan mengendalikannya dengan baik maka akan mengancam kelangsungan hidup baik fisik maupun kultural masyarakat Muslim.

Di samping itu tingkat apresiasi umat Islam terhadap medianya sendiri ternyata cukup rendah. Rendahnya kesadaran informatif umat ini berbanding lurus dengan rendahnya tingkat pendidikan umat Islam Indonesia. Ditambah lagi alasan-alasan klasik, misalnya kurangnya modal, lemahnya manajemen pengelolaan dan pemasaran (promosi). Sehingga pada kategori ini nampak sekali media massa Islam lemah dalam menyusun strategi perang pasar secara terbuka. Media massa Islam belum memiliki keunggulan komparatif (*comparative advantages*) dan keunggulan kompetitif (*competitive advantages*). Dalam kondisi demikian menyebabkan masuknya beberapa konglomerat ke dalam dunia media massa. Setelah konglomerat ini masuk, media massa biasanya mendukung ide konglomerat.<sup>82</sup>

Tantangan lainnya, ada semacam dilema yang berkepanjangan, di satu sisi kita mengakui beberapa bias liputan dan opini yang ditujukan kepada umat Islam, namun pada sisi lain karena keterbatasan alternatif – walaupun ada validitas dan aktualitasnya sangat terbatas – ketergantungan pada sumber-sumber Barat masih saja berlangsung. Sehingga upaya Surat kabar di Indonesia untuk memberikan informasi yang berimbang (*cover both sides*) antara pihak-pihak yang diberitakan, kurang begitu valid. Pada negara-negara maju prinsip “*what do the audience do for the media*” sudah lama diterapkan, namun di Indonesia yang masih berlaku adalah tahap “*what do the media do for the audience*”.

---

<sup>81</sup>Ziauddin Sardar, *Tantangan Dunia Islam Abad 21*, (Bandung: Mizan, 1993), h. 13.

<sup>82</sup>Werner J. Severin dan James W. Tankard Jr., *Communication Theories: Origins, Methods and Uses in The Mass Media* (New York: Longman, 1992), h. 301.

Oleh sebab itu perlulah direkomendasikan beberapa solusi terhadap tantangan dan kendala media Islam pada masa depan. Ada perkembangan positif belakangan ini di tengah sekularisme peradaban dunia, kesadaran religius umat Islam semakin tinggi. Untuk itu peran dakwah di media massa mengutamakan kepentingan khalayak, mengusahakan peningkatan kecerdasan dan kesejahteraan melalui informasi. Menjaga integritas profesi pengelola media Islam dengan menyajikan fakta yang bermanfaat buat khalayak. Fakta disebut bermanfaat buat khalayak, manakala disadari bermanfaat oleh pengelola media massa.<sup>83</sup>

Kalau pengelola media Islam menyadari ada fakta yang tidak akan bermanfaat buat khalayak, fakta itu seyogyanya tidak disiarkan. Kalau pengelola media massa nekad menyiarkan fakta yang tidak bermfaat bagi perkembangan Islam dan umat Islam, maka secara tidak sengaja mereka merusak integritas profesinya sendiri. Selanjutnya melaksanakan tanggung jawab moral kepada diri sendiri dan kepada khalayak. Karena setiap perusahaan media massa bekerja dengan nilai-nilai yang dianutnya, sepantasnya pengelola media massa Islam menjunjung tinggi nilai-nilai Alquran dan Hadis dalam menjalankan missinya, sehingga nilai-nilai itu kemudian dapat berkembang dengan subur melalui pemberitaan dan pemberian informasi kepada para pembacanya.

Media massa Islam perlu merumuskan strategi dan taktik dakwah yang dilengkapi dengan pusat kajian dan media informasi yang memadai. Dalam Surah al-Hajj ayat 32 dikatakan: “Demikianlah (perintah Allah). Dan barang siapa mengagungkan syiar-syiar Allah, maka sesungguhnya itu timbul dari ketakwaan hati”. Pada ayat 36: “Dan telah Kami jadikan untuk kamu unta-unta itu sebahagian daripada syiar Allah, kamu memperoleh kebaikan yang banyak padanya...”.

Seterusnya media Islam harus mampu menjadi “media dan corong kemajuan bangsa”, “jurnalisme profetik”<sup>84</sup>, “agen pemersatu (unifikator)”, dan sebagai alat

---

<sup>83</sup>Berny Morson, *The Significant Facts*, dalam Elliot D. Cohen, ed., *Philosophical Issues in Journalism* (New York, Oxford: Oxford University Press, 1992), h. 24.

<sup>84</sup>Jurnalisme profetik adalah suatu bentuk jurnalisme yang tidak hanya menulis atau melaporkan berita dan masalah secara lengkap, jelas, jujur, dalam dan aktual tetapi juga memberikan interpretasi serta petunjuk ke arah perubahan atau transformasi berdasarkan cita-cita etik dan profetik Islam. Ini berarti, suatu jurnalisme yang secara sadar dan bertanggungjawab memuat kandungan nilai dan cita-cita etik dan sosial Islam yang didasarkan pada kemanusiaan, emansipasi, liberasi dan transendensi yang didasarkan pada misi historis Islam.

komunikatif dialogis dengan menggunakan bahasa yang persuasif sofistifikatif serta tindakan yang halus lembut menarik masyarakat kepada ajakan-ajakan Islam secara demokratis dan manusiawi. Karena itu, media Islam harus menghindari bahasa lambang dan makna-makna yang terlalu agresif, telanjang dan vulgar serta terlalu menggurui.

## 7. Surat Kabar

### a. Pengertian Surat Kabar

Dari dua jenis media massa (cetak dan elektronik), media cetak merupakan media massa tertua. Menurut sejarah, Surat kabar yang tertua adalah *Notizie Scritte* di Vinesia yang terbit pada tahun 1566. Sedangkan majalah tertua yang pertama diterbitkan adalah *Gentleman's Magazine* pada tahun 1731 di London.<sup>85</sup>

Media cetak dapat dibedakan dari berbagai segi, antara lain dari format ukurannya, dari segi periodisasi penerbitnya, jangkauannya, sirkulasinya, sofistikasi bahasa yang digunakan, segmen pembacanya, waktu terbitnya spesifikasi kualitas pesan dan lain sebagainya. Secara umum yang termasuk media massa jenis cetak ini terdiri dari surat kabar, majalah, buku, bulletin, tabloid, dan lain sebagainya.

Surat kabar atau Koran secara leksikal berarti lembaran-lembaran kertas bertuliskan kabar (berita) dan sebagainya, terbagi dala kolom-kolom yang terbit setiap hari atau secara periodik.<sup>86</sup> Dalam UU RI No 40 Tahun 1999 tentang media massa, surat kabar dikatakan sebagai instrument media massa nasional, maksudnya adalah sebagai lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik, meliputi : mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi dalam bentuk dengan menggunakan media cetak yang tersedia.<sup>87</sup>

Surat kabar merupakan salah satu ragam dari ruang lingkup jurnalisme cetak. surat kabar adalah lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat dengan ciri-ciri terbit secara periodik, bersifat umum, isinya termasa

---

<sup>85</sup>Effendy, *Ilmu Komunikasi*, h.56.

<sup>86</sup>Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1995), ke-4, Edisi ke-2, h. 525.

<sup>87</sup>Depertemen Penerangan RI, *Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 1999 Tentang Pers* (Jakarta: Bagian Proyek Peningkatan Publikai Pemerintah direktoral Publikasi, Ditjen PPG, 1999), h. 3.

dan aktual mengenai apa saja dan dimana saja di seluruh dunia untuk diketahui pembaca.<sup>88</sup> Di Indonesia, surat kabar sering disebut juga dengan istilah koran. Dalam berbagai kamus memang sulit ditemukan asal bahasa dari koran ini. Namun dari penelitian seksama, bahasa yang mendekati kata *ōkoranō* adalah *ōQuranō* dari bahasa Arab yang berarti bacaan. Selain itu, ada juga kata yang cukup dekat pada kata *ōkoranō* yaitu *ōCourantosō*, merupakan sebuah buletin yang terbit di Jerman pada abad ke-16 masehi.

Selain itu, kata koran juga berasal dari dari bahasa Belanda yaitu *ōkrantō*, dan dari bahasa Prancis, *ōCourantō*. Adapun definisinya yakni suatu penerbitan yang ringan dan mudah dibuang, biasanya dicetak pada kertas berbiaya rendah yang disebut kertas koran, yang berisi berita-berita terkini dalam berbagai topik. Topiknya bisa berupa politik, kriminal, olahraga, tajuk rencana, ekonomi, sosial dan sebagainya. Surat kabar juga biasa berisi kartun, TTS, dan hiburan lainnya.<sup>89</sup>

Surat kabar dikembangkan untuk bidang-bidang tertentu, misalnya berita untuk industri tertentu, penggemar olahraga tertentu, penggemar seni atau partisipan kegiatan tertentu. Jenis surat kabar umum biasanya diterbitkan setiap hari, kecuali pada hari-hari libur. Surat kabar sore juga umum di beberapa negara. Selain itu, juga terdapat surat kabar mingguan yang biasanya lebih kecil dan kurang prestisius dibandingkan dengan surat kabar harian dan isinya biasanya lebih bersifat hiburan. Surat kabar atau koran adalah barang cetakan yang berisi berita, informasi dan pendidikan yang terbit secara kontiniu yang biasanya harian. Surat kabar merupakan salah satu bentuk media cetak yang tidak dijilid, dalam ukuran normal dan tiap halaman terdiri 9 kolom. Ada yang terbit 8 halaman, 12 halaman, 16 halaman dan ada yang lebih dari jumlah itu.

Menurut Knapp, surat kabar dapat dilihat dari syaratnya. Adapun syarat tersebut, yakni (a) publisitas, artinya surat kabar diterbitkan untuk publik, untuk masyarakat umum, atau untuk siapa saja, (b) periodisitas, artinya surat kabar tersebut terbit pada waktu yang telah ditentukan sebelumnya, (c) aktualitas, artinya isinya aktual, belum pernah dimuat sebelumnya, (d) universalitas, artinya

---

<sup>88</sup>Effendy, *Ilmu Komunikasi*, h. 241.

<sup>89</sup>AS Haris Sumadiria, *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature: Panduan Praktis Jurnalis Profesional* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005), h. 5.

isi surat kabar tidak mengenai satu persoalan saja, dan (e) kontinuitas, artinya isi surat kabar berkesinambungan.<sup>90</sup>

Komunikasi dalam surat kabar bersifat *irreversible*. Sekali pesan, termasuk penjudukan, disampaikan kepada khalayak pemirsa, maka amat sulit bagi siapa pun untuk meniadakan sama sekali efeknya. Maka, jika seseorang diberitakan secara negatif, difitnah misalnya, pemberitaan itu sulit untuk mengembalikan citra si korban ke citra semula, meskipun pihak wartawan atau TV memohon maaf atas kekhilafan mereka.<sup>91</sup>

Surat kabar harian adalah jenis media cetak yang terbit setiap hari, kecuali pada hari-hari tertentu, misalnya libur nasional. Jenis surat kabar ini dibagi lagi menjadi surat kabar harian nasional, surat kabar harian daerah, dan surat kabar harian lokal. Berita yang disampaikan adalah jenis berita *news* atau informasi terkini dan disampaikan dengan sistem *straight news* atau apa adanya.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa surat kabar merupakan lembaran tercetak yang memuat laporan yang terjadi di masyarakat dengan ciri-ciri terbit secara periodik, bersifat umum, isinya termasa dan aktual mengenai apa saja dan dimana saja di seluruh dunia untuk diketahui pembaca.

#### **b. Karakteristik dan Kelebihan SuratKabar**

Surat kabar memiliki kelebihan yang mampu memberi informasi yang lebih lengkap, bisa di bawa ke mana-mana, terdokumentasi sehingga mudah diperoleh bila diperlukan. Namun juga memiliki keterbatasan, yakni hanya bisa dinikmati oleh mereka yang melek huruf, serta lebih banyak disenangi oleh orangtua dari pada kaum remaja dan anak-anak.<sup>92</sup>

Surat kabar dapat dibedakan atas periode terbit, ukuran dan sifat penerbitnya. Dari segi periode terbit surat kabar dapat dibedakan atas dua macam, yakni surat kabar harian dan surat kabar mingguan. Surat kabar harian adalah surat kabar yang terbit setiap hari dalam bentuk edisi pagi maupun edisi sore, sedangkan surat kabar mingguan ialah

---

<sup>90</sup>Mark L. Knapp and Gerald R. Miller, *Handbook of Interpersonal Communication* (CA: Sage Publication, Thousand Oaks, 1994), h. 11.

<sup>91</sup>Dedi Mulyana, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), h. 73.

<sup>92</sup>Hafied Cangara, *Penantar Ilmu komunikasi*, h. 126.

surat kabar yang terbit paling sedikit satu kali dalam seminggu. dari segi ukurannya, ada yang terbit dalam bentuk plano dan ada pula yang terbit dalam bentuk tabloid. Sedangkan isinya dapat dibedakan atas dua macam, yakni Surat kabar yang bersifat umum dan surat kabar yang bersifat khusus. Surat kabar yang bersifat umum, isinya terdiri atas berbagai macam informasi yang ditujukan untuk masyarakat umum, sedangkan surat kabar yang bersifat khusus isinya memiliki ciri khas tertentu dan memiliki pembaca tertentu pula, misalnya surat kabar untuk pedesaan, surat kabar untuk wanita dan semacamnya.<sup>93</sup>

Secara umum ciri-ciri pers (baik cetak maupun elektronik) adalah menyangkut prosesnya yang berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, mediana menimbulkan keserempakan dan komunikannya heterogen dan anonim. Antara media cetak dengan media elektronik memiliki perbedaan yang khas. Paling tidak menurut Effendy, antara media cetak dengan elektronik dapat diklasifikasi pada empat perbedaan berikut : pertama, pesan-pesan yang disiarkan oleh media massa elektronik di terima oleh khalayak hanya sekilas dan khalayak harus selalu berada di depan peSAWAt, sedangkan pesan-pesan yang disiarkan media cetak dapat dikaji ulang dan dipelajari serta disimpan untuk dibaca pada tiap kesempatan. Kedua, pada media elektronik pesan-pesan yang disampaikan harus mudah di cerna pendengar atau pemirsa, sedangkan pada media cetak dapat *sophisticated* dan ilmiah. Ketiga, pada media cetak sering terjadi polemik pemikiran yang panjang, sedangkan pada media elektronik tidak pernah terdapat. Keempat, media cetak memiliki daya persuasi yang lebih tinggi bila dibandingkan dengan media elektronik karena pesan-pesan persuasive media cetak lebih ditujukan kepada rasio atau pikiran, sedangkan pada media elektronik lebih banyak ditujukan kepada perasaan.<sup>94</sup>

Kekhususan surat kabar menurut Effendy, dapat dilihat dari ciri-ciri sebagai berikut :

1. *Publisitas*, maksudnya surat kabar diperuntukkan umum, karenanya berita, tajuk, artikel dan lain-lain harus menyangkut kepentingan umum.
2. *Universalitas*, menunjukkan bahwa surat kabar harus membuat aneka berita mengenai kejadian-kejadian di seluruh dunia dan tentang segala aspek kehidupan manusia.

---

<sup>93</sup>*Ibid.*, h. 127.

<sup>94</sup>Effendy, *Ilmu Komunikasi*, h. 145-146.



3. *Akualitas*, maksudnya kecepatan penyampaian laporan mengenai kejadian di masyarakat kepada khalayak.
4. *Periodisitas*, berarti suatu penerbitan disebut surat kabar jika terbitnya secara periodic, teratur.<sup>95</sup>

Di samping memiliki ciri khas, surat kabar juga mempunyai sifat sebagai berikut

- :
1. Terekam, maksudnya semua berita-berita yang disiarkan oleh surat kabar tersusun dalam alinea, kalimat dan kata-kata yang terdiri dari huruf-huruf, yang dicetak di atas kertas. Dengan demikian, setiap peristiwa atau hal yang diberitakan terekam sedemikian rupa sehingga dapat di baca setiap saat dan dapat dikaji ulang, bisa pula dijadikan sebagai dokumentasi dan bisa dipakai sebagai bukti untuk keperluan tertentu.
  2. Menimbulkan perangkat mental, karena berita-berita yang dikonsumsi kepada khayalak menggunakan bahasa dengan huruf yang tercetak otomatis di atas kertas, maka untuk dapat mengerti maknanya pembaca harus menggunakan perangkat mental secara aktif.
  3. Pesan menyangkut kebutuhan komunikasi, mengingat sifat surat kabar adalah satu arah (*one-way traffic communication*), maka pesan yang disampaikan dirancang menarik perhatian pembaca dengan menggunakan tanda-tanda yang tertuju kepada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran sehingga dapat membangkitkan kebutuhan pribadi pembaca, dengan demikian pesan memberikan jalan untuk membangkitkan respon pembaca.
  4. Efek sesuai dengan tujuan, yang dirumuskan dengan pemberian informasi agar pembaca tahu, untuk membuat pembaca berubah sikap dan perilakunya serta untuk membuat pembaca meningkatkan intelektualitasnya.<sup>96</sup>

### c. Berita (News)

#### g. Pengertian Berita (*Perception News*)

Berita berasal dari bahasa Sanskerta, yakni *Vrit* yang dalam bahasa Inggris disebut *Write*, arti sebenarnya ialah ada atau terjadi. Sebagian ada yang menyabud dengan *Vritta*, artinya kejadian atau yang telah terjadi. *Vritta* dalam bahasa Indonesia

---

<sup>95</sup>*Ibid*, h. 154.

<sup>96</sup>*Ibid*, h. 157-158.



kemudian menjadi Berita atau Warta. Menurut Kamus Bahasa Indonesia karya W.J.S Poerwadarminta, *berita* berarti kabar atau warta, sedangkan dalam kamus bahasa Indonesia terbitan Balai Pustaka, arti berita diperjelas menjadi *laporan* mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat. Jadi, berita dapat dikaitkan dengan kejadian atau peristiwa yang terjadi.<sup>97</sup>

Berita terdiri dari beberapa bagian. Bagian terkecil dari berita adalah data. Data berasal dari datum, sedangkan datum diambil dari semua kejadian atau peristiwa. Untuk bisa jadi berita, data harus dibuat atau diolah terlebih dahulu. Seseorang yang kebetulan melihat suatu kejadian atau peristiwa, orang tersebut tidak bisa dikatakan mendapatkan berita, tetapi orang tersebut yang melihat kejadian/peristiwa. Jika orang tersebut kemudian menceritakan kejadian/atau peristiwa tersebut kepada orang lain secara lisan atau tertulis, orang tersebutlah yang disebut mendapat atau mendengarkan berita.<sup>98</sup>

Sampai sekarang masih sulit dicari definisi tentang berita. Para sarjana publisistik maupun jurnalistik belum mampu merumuskan definisi berita secara pasti. Ilmuan, penulis, dan pakar komunikasi memberikan definisi berita dengan beraneka ragam sebagai berikut:<sup>99</sup>

- a. Dean M.Lyle Spencer mendefinisikan berita sebagai suatu kenyataan atau ide yang benar dan dapat menarik perhatian sebagian besar pembaca.
- b. Dr. Willard C. Bleyer menganggap bahwa berita adalah sesuatu yang termasa (baru) yang dipilih wartawan untuk dimuat dalam surat kabar. Karena itu ia dapat menarik atau mempunyai makna dan dapat menarik minat bagi pembaca surat tersebut.
- c. William S. Maulsby menyebut berita sebagai suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi, dan dapat menarik perhatian pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut.

---

<sup>97</sup>Totok Djuroto, *Manajemen Penerbitan Pers*, cet. II (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), h. 46. Lihat juga dalam Junaydi Payne, *Rarity and Extinctions of Large Mammals in Malaysian Rainforest*, in Son Kheong Yaps, Su win Lee, ad The Malayan Nature Society, eds., *In Harmony with Nature: Proceedings of the International Conference on Tropical Biodiversity* (Kuala Lumpur: Malayan Nature Society, 1990), h. 57.

<sup>98</sup>*Ibid.*, h. 47.

<sup>99</sup>Dikutip dari Djuroto, *Manajemen Penerbitan*, h. 47.

- d. Eric C. Hepwood mengatakan berita adalah laporan pertama dari kejadian yang penting dan dapat menarik perhatian umum.
- e. Djaøfar H. Assegaff mengartikan berita sebagai laporan tentang fakta atau ide yang termasa dan dipilih oleh staf redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang kemudian dapat menarik perhatian pembaca. Entah karena luar biasa, karena penting atau akibatnya, karena mencakup segi-segi *human interest* seperti humor, emosi dan ketegangan.
- f. J.B Wahyudi mendefinisikan menulis berita sebagai laporan tentang peristiwa atau pendapat yang memiliki nilai penting dan menarik bagi sebagian khalayak, masih baru dan dipublikasian secara luas melalui media masa. Peristiwa atau pendapat tidak akan menjadi berita bila tidak dipublikasikan di media masa secara periodik.
- g. Amak Syariffudin mengartikan berita adalah suatu laporan kejadian yang ditimbulkan sebagai bahan yang menarik perhatian publik mass media.

Untuk membuat berita, paling tidak harus memenuhi dua syarat, yaitu: 1) Faktanya tidak boleh dirubah sedemikian rupa sehingga kebenaran tinggal sebagian saja. 2) Berita itu harus menceritakan segala aspek secara lengkap. Dalam menulis berita, dikenal semboyan "Satu masalah dalam satu berita", artinya suatu berita harus dikupas dari satu masalah saja (*monofacta*) dan bukan banyak masalah (*multifacta*) karena akan menimbulkan kerusakan penafsiran, yang menyebabkan berita menjadi tidak sempurna.<sup>100</sup>

Seorang pembuat berita harus menjaga objektivitas dalam pemberitaannya. Artinya, penulis berita hanya menyiarkan berita apa adanya. Jika materi berita itu berasal dari dua pihak yang berlawanan, harus dijaga keseimbangan informasi dari kedua pihak yang berlawanan tersebut. Penulis berita tidak memberi kesimpulan atas dasar pendapatnya sendiri.

Dalam menulis berita, penulis harus membedakan antara fakta, interpretasi, dan opini. Fakta adalah kenyataan yang berlangsung di lapangan. Contoh: Rudi Ramli, direktur utama Bank Bali, diajukan ke sidang pengadilan, (ini adalah fakta). Rudi Ramli diadili karena menerima klaim bantuan likuidasi Bank Indonesia (ini intrpretasi). Setuju

---

<sup>100</sup>Djuroto, *Manajemen Penerbitan*, h. 47-48.

atau tidak setuju, Rudi Ramli diadili (ini adalah opini). Opini seseorang bisa berubah menjadi fakta, jika disebutkan nara sumbernya. Ini yang disebut dengan *fact in idea*.<sup>101</sup>

Untuk membuat berita yang baik, harus memahami unsur yang terdapat dalam berita. Agar berita dapat menarik perhatian pembaca, perlu diperhatikan unsur-unsur di bawah ini.

1. Aktual atau baru (termasa)
2. Jarak
3. Terkenal (ternama)
4. Keluarbiasaan
5. Akibat
6. Ketegangan
7. Pertentangan
8. Seks
9. Kemajuan
10. Human interest
11. Emosi
12. Humor<sup>102</sup>

Jauh dekatnya kejadian merupakan unsur yang perlu diperhatikan. Kejadian atau peristiwa yang terjadi di lingkungan Kota, lebih menarik dibanding peristiwa di Kota lain. Penting atau tidaknya peristiwa atau kejadian untuk diberitakan, tidak terletak pada besar kecilnya atau menarik atau tidaknya kejadian itu, tetapi terkenal atau tidaknya subjek yang terkait pada kejadian tersebut. Jika subjek kegiatan itu memiliki nama yang terkenal, maka sajian berita itu akan menarik perhatian.

Salah satu yang sangat terkenal adalah apa yang ditemukan oleh Jhon Bogart Kepala Desa Kota New York, hampir seabad yang lalu Bogart menemukan kata-kata yang sering dikutip mengenai berita, yaitu : “*when a dog bites a man, that's not news. But when a man bites a dog that is news*” (jika ada anjing menggigit orang, itu bukan berita. Namun jika ada orang menggigit anjing, itu baru berita).<sup>103</sup> Istilah ini sekarang tidak tepat lagi, sebab masih harus dilihat siapa dulu orang yang digigit anjing itu. Jika orang

---

<sup>101</sup>Djuroto, *Manajemen Penerbitan*, h. 48. Lihat juga dalam Dja far Assegaf, *Jurnalistik Masa Kini* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1991), h. 22.

<sup>102</sup>Djuroto, *Manajemen Penerbitan*, h. 48.

<sup>103</sup>Djuroto, *Manajemen Penerbitan*, h. 49.

yang digigit anjing itu cukup terkenal, justru menarik untuk diberitakan. Berita untuk media cetak berita surat kabar harus berfungsi mengarahkan, menumbuhkan atau membangkitkan semangat, dan memberikan penerangan. Artinya berita yang kita buat harus mampu mengarahkan perhatian pembaca, sehingga mengikuti alur pemikiran yang tertulis dalam berita tersebut.

Apa yang menarik perhatian pembaca haruslah terdapat dalam sebuah berita, namun dari semua itu yang terpenting adalah berita harus ditulis berdasarkan peristiwa yang faktual atau benar-benar terjadi untuk menghindari rekayasa dalam pembuatan berita karena sebuah berita memiliki banyak pengaruh terhadap masyarakat.

Sedangkan menurut batasan atau definisi, berita bernuansa Islam, berita dalam arti teknis jurnalistik adalah laporan tentang fakta atau ide yang termasa, yang dipilih oleh staf redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca, entah karena luar biasa, entah karena pentingnya atau akibatnya, entah pula karena mencakup segi-segi human interest seperti humor, emosi dan ketegangan yang berkaitan dengan nilai-nilai keIslaman. Dalam hal ini tentunya sangat banyak bentuk-bentuk berita yang bernuansa Islam, diantaranya yaitu berita yang berkenaan dengan negara-negara Islam, organisasi-organisasi keIslaman, partai politik Islam, isu-isu mengenai Islam dan umat Islam, berita yang terkait dengan Kementerian Agama, sekolah dan perguruan tinggi Islam, kegiatan-kegiatan hari besar Islam, MTQ, berita mengenai lembaga-lembaga keIslaman, berita mengenai organisasi Islam yang menyimpang dan berbagai macam berita yang disiarkan atau dimuat di surat kabar berkenaan dengan nilai-nilai keIslaman.

Untuk membuat berita, paling tidak harus memenuhi dua syarat, yaitu:

- a. Faktanya tidak boleh diputar sedemikian rupa sehingga kebenaran tinggal sebagian saja.
- b. Berita itu harus menceritakan segala aspek secara lengkap.

Untuk membuat berita yang baik, harus memahami unsur yang terdapat di dalam berita. Agar berita dapat menarik perhatian pembaca, perlu diperhatikan unsur-unsur seperti : aktual atau baru (termasa), jarak, terkenal, keluar biasaan, akibat, ketegangan, pertentangan, seks, kemajuan, *human interest*, emosi dan humor.

#### **h. Berita Langsung (*Straight News*)**

Berita langsung adalah berita yang ditulis secara langsung. Artinya, informasi yang diungkapkan dalam berita itu diperoleh langsung dari sumber beritanya. Biasanya diungkapkan dalam bentuk pemaparan (*descriptive*). Penulisan berita langsung lebih mengutamakan aktualitas informasinya. Informasi disini bisa berasal dari keterangan pejabat atau berdasar kejadian yang sebenarnya.<sup>104</sup>

Peristiwa kebakaran, perkelaian, pengeroyokan atau kecelakaan merupakan kejadian yang paling tepat dibuat berita langsung. Ini karena, disamping informasinya bisa didapat pada saat itu juga, kejadian ini segera ingin diketahui oleh masyarakat dengan jelas tanpa ditambahi keterangan atau penjelasan lainnya. Jika ada keterangan atau penjelasan yang bisa didapat pada saat peristiwa atau kejadian itu berlangsung, maka keterangan atau penjelasan itu lebih tepat dikatakan fakta. Berita langsung hanya terdiri dari fakta saja.<sup>105</sup>

Jika ada seorang pejabat atau pimpinan lembaga yang memberikan keterangan tentang suatu kasus, maka penjelasan-penjelasan pejabat tersebut bisa dibuat berita secara langsung tanpa ditambah informasi lainnya. Fokus pemberitaannya hanya tertuju pada penjelasan-penjelasan kasus tersebut. Jika pejabat itu beropini maka opini pejabat bisa menjadi fakta karena opini itulah yang disebut *fact in idea*.<sup>106</sup>

Berita langsung biasanya dibuat dengan gaya memaparkan, yaitu suatu gaya penulisan berita yang memaparkan kejadian atau peristiwa yang terjadi, dalam keadaan apa adanya saja, tanpa ditambah dengan penjelasan. Penulisan berita ini cenderung mengutamakan suatu peristiwa atau kejadian sejas-jelasnya.<sup>107</sup>

#### **i. Penggalan Berita (*Investgative News*)**

Semua yang hidup di dunia ini pasti ada asalnya. Demikian juga dengan berita. Sama dengan kehidupan yang lain. Asal berita, kita sebut dengan sumber berita. Untuk dapat membuat berita harus ada kejadian atau peristiwa. Kejadian atau peristiwa ini bisa disebut sebagai sumber berita.

Selain peristiwa atau kejadian yang dilakukan manusia, kumpulan dari berbagai berita bisa juga dijadikan sumber berita. Karena dari manusia dapat kita peroleh data,

---

<sup>104</sup>Djuroto, *Manajemen Penerbitan*, h. 49.

<sup>105</sup>*Ibid.*

<sup>106</sup>*Ibid.*

<sup>107</sup>*Ibid.*

sedangkan pada kumpulan berita juga bisa diambil datanya, yang merupakan dasar untuk membuat berita. Sumber berita dibagi menjadi dua, yaitu sumber berita utama (*primer*) dan sumber berita kedua (*sekunder*).

Sumber berita utama (*primer*) yang dimaksud adalah kantor berita resmi dari pemerintah dalam hal menyampaikan pengumuman, pemberitahuan, dan sebagainya. Setiap negara memiliki kantor berita. Misalnya di Indonesia (LKBN Antara), Malaysia (Bernama), dan lainnya. Sedangkan sumber berita kedua (*sekunder*) adalah media masa, seperti surat kabar, siaran radio, televisi, dan sebagainya.<sup>108</sup>

Dalam membuat berita diperlukan kepandaian untuk menggali data yang bisa diambil dari sumber berita. Untuk mendapatkan berita yang bagus, data harus diperoleh dari bahan-bahan yang serba prima. Artinya bahan berita yang diperoleh harus dari kejadian atau peristiwa yang mempunyai nilai tinggi (*news value*). Jika bahan berita dihasilkan dari suatu sumber berita rendah, hasilnya akan melahirkan penyajian berita bermutu rendah. Karenanya langkah seorang manajer dalam *me-manage* perusahaan harus mampu mendorong wartawan untuk mendapatkan bahan (data-informasi) yang paling lengkap dan prima. Untuk itu, dibutuhkan modal besar guna membiayai wartawan.

Sebaliknya, jika perusahaan penerbitan pers itu tidak punya modal yang besar, menjadikan wartawan dalam mencari data menjadi ogah-ogahan. Akibatnya, penyajian beritanya menjadi sangat terbatas. Bahkan mungkin untuk membuat satu berita saja tidak cukup. Inilah biasanya kelemahan dari usaha penerbitan pers, penyajian beritanya kurang bermutu. Akibatnya, karena berita merupakan produk unggulan perusahaan pers, maka produk itu tidak diterima masyarakat atau tidak laku di pasaran. Jangan percaya pada anggapan klasik bahwa dalam membuat berita yang penting adalah gaya bahasa dan penyajian yang lincah. Bagaimanapun baiknya gaya bahasa dan lincahnya penyajian, jika datanya minim akan kelihatan juga cacatnya. Ibarat orang memasak, jika bahannya sedikit digoreng dengan kalimat-kalimat puisipun, tidak bakal menarik. Kalau toh dipaksakan, maka penyajian berita seperti itu tidak lebih dari menyajikan kebohongan yang disembunyikan.

Sekarang berapa kira-kira data yang dibutuhkan dalam pembuatan satu berita. Jawabnya tergantung seberapa besar berita yang akan anda buat. Jika anda berkeinginan

---

<sup>108</sup>Assegaf, *Jurnalistik*, h. 30.

membuat satu berita dengan 100 data misalnya, maka anda harus mengumpulkan 300 sampai 500 data. Jika data yang anda kumpulkan kurang dari 300 data, berita yang anda hasilkan akan bernilai biasa-biasa saja. Kalau data anda kurang dari 200, beritanya bernilai pas-pasan saja. Dan jika data anda kurang dari 100 data, maka hasilnya berita itu sama dengan isapan jempol.<sup>109</sup>

Berita harus dibuat dalam bentuk sederhana, lugas, langsung, tidak berbun-bunga, namun kaya akan data. Berita tidak boleh bersumber pada omong kosong, isu, suara-suara halus, wangsit, ceria burung, bualan warung kopi, yang mengedepankan konon katanya.

Berita harus dapat dukungan data otentik, kejelasan dan segala hal yang telah diperkuat “*authority*”. Misalnya, isu bisa dibuat berita, asal ada “*authority*” yang menanggapi. Contohnya, ada isu yang ditanggapi oleh bupati, ulama, atau lembaga lainnya. Tetapi jangan sampai isu itu diracuni dengan opini diri sendiri.

Berita-berita yang berdasarkan investigasi ini sering disebut dengan istilah eksklusif, artinya berita tersebut jarang terjadi. Tetapi kejadian itu pada akhirnya diketahui banyak orang. Misalnya seorang pejabat memberikan keterangan pers pada beberapa orang wartawan tentang kejadian yang jarang terjadi. Karena keterangan itu diberikan kepada banyak orang dan semua surat kabar memuatnya, maka berita itu tidak disebut eksklusif. Hanya kejadian atau peristiwanya yang memang eksklusif. Tetapi jika kemudian ada seorang wartawan yang mengembangkan berita tersebut dengan melakukan penelitian sendiri untuk melengkapi informasi dari pejabat itu, maka berita yang dihasilkan menjadi berita yang eksklusif.

Dalam menggali berita untuk mendapatkan sumber berita yang valid (dapat dipercaya), bisa dilakukan dengan tiga cara:<sup>110</sup>

1. Penulis berita menerima data atau informasi langsung dari informan (sumber berita), misalnya menerima *press release* dari instansi pemerintah atau swasta. Istilah menerima disini sifatnya pasif. Artinya bahan yang diterima sudah matang, tinggal mengedit dan memuatnya saja.

---

<sup>109</sup>Assegaf, *Jurnalistik*, h. 32.

<sup>110</sup>Djuroto, *Manajemen Penerbitan*, h. 53.



2. Meliput acara. Artinya, penulis menghadiri undangan suatu acara yang sudah ada. Misalnya menghadiri upacara pelantikan pejabat baru di lingkungan pemerintahan. Peluncuran produk baru dari suatu perusahaan atau acara jumpa pers. Dalam menghadiri acara ini, penulis mencatat peristiwa atau kejadian yang sudah dipersiapkan terlebih dahulu oleh informannya. Misalnya penulis berita mendapat undangan peresmin suatu pabrik. Acara peresmian itu sendiri sudah padat dengan data, penulis tinggal mencatat memilih dan mengolahnya menjadi berita. Cara ini lebih aktif dibanding cara yang pertama.
3. Menggali berita. Penulis berita melakukan penelitian sendiri terhadap suatu kejadian atau peristiwa. Data yang ada diperoleh dengan menggali informasi dari berbagai pihak. Informasi atau data tersebut diolah menjadi berita. Inilah yang disebut dengan penyelidikan untuk berita (*investigated news*).

**j. Pengungkapan Berita (*Explanatory News*)**

*Explanatory news* adalah pengungkapan berita atau bisa juga disebut sebagai berita yang menjelaskan. Artinya, dalam hal penulisan berita data yang disajikan lebih banyak diuraikan daripada diungkap secara langsung. *Explanatory news* lebih banyak kita jumpai pada reportase berita. Bentuk penulisan ini bisa memadukan antara fakta dan opini. Fakta yang diperoleh dijelaskan secara rinci dengan beberapa argumentasi oleh penulisnya sendiri.<sup>111</sup>

Pengungkapan berita bisa ditulis secara panjang lebar. Jika memungkinkan bisa disajikan secara bersambung dua sampai empat kali tulisan. Karena beritanya panjang, diperlukan banyak data. Jika data yang diperoleh dari suatu peristiwa atau kejadian hanya sebatas peristiwa atau kejadian itu saja. Tetapi data itu harus masih ada hubungan dengan berita yang ditulisnya.

**k. Penjelasan Berita (*Interpretative News*)**

Penjelasan berita atau *interpretative news*, adalah bentuk berita yang penyajiannya merupakan gabungan antara fakta dengan interpretasi. Artinya, dalam penulisan berita seperti ini, penulis boleh memasukkan uraian, komentar dan sebagainya

---

<sup>111</sup>*Ibid*, h. 56.



yang ada kaitannya dengan data yang diperoleh dari peristiwa atau kejadian yang dilihatnya.<sup>112</sup>

Dalam *interpretative news* jika sumber berita memberikan data atau informasi yang dirasakan masih kurang jelas arti dan maksudnya, maka penulis wajib mencari penjelasan terhadap arti dan maksud informasi tadi. Jika penulis mempunyai banyak wawasan terhadap informasi tersebut, bisa saja penulis mengartikan atau menjelaskan apa arti dan maksud informasi yang diberikan oleh narasumber tersebut. Tetapi jika tidak punya wawasan, penulis bisa mencari penjelasan dengan mewawancarai kembali narasumber tersebut atau dengan narasumber lain, namun masih tetap dalam lingkup permasalahan yang sama.

Banyak pendapat yang mengatakan *interpretative news* adalah bukan berita karena banyak dimasuki berbagai uraian, komentar, dan sebagainya. Pendapat seperti itu benar jika dilihat dari segi bentuk beritanya saja. Tetapi jika dilihat dari sistem penyajian berita, memasukkan komentar, uraian atau penjelasan, diperbolehkan. Karena itulah muncul kemudian istilah *interpretative news* atau penjelasan berita.

### **I. Pengembangan Berita (*Depth News*)**

Pengembangan berita atau *depth news*, merupakan kelanjutan atau hampir sama dengan *investigative news*. Bedanya jika *investigative news*, bermula dari adanya isu atau ada data mentah yang kemudian dilakukan penelitian atau penggalian. Sedangkan *depth news* atau pengembangan berita, berasal dari adanya sebuah berita yang masih belum selesai pengungkapannya dan bisa dilanjutkan kembali.

Jika anda kebetulan membaca sebuah berita dan merasakan masih adanya informasi yang tertinggal atau belum terungkap, itu berarti penulis berita ini mempunyai kesempatan untuk melanjutkan penulisan beritanya dengan mengembangkan pada tulisan lainnya. Penyajian tulisannya bisa dilakukan pada hari berikutnya atau selang beberapa hari asal masalah yang diberitakan itu masih hangat dibicarakan oleh masyarakat.

Lahirnya pengembangan berita ini karena banyaknya data yang didapat pada suatu peristiwa, tetapi data itu tidak saling terkait meskipun topiknya sama. Jika data itu

---

<sup>112</sup>*Ibid*, h. 59-60.

diungkap dengan *straight news* atau *investigative news*, rasanya sangat dangkal karena bisa berdiri sendiri-sendiri. Untuk mengatasi ini, penulis berita berinisiatif mengembangkan data itu sesuai dengan klarifikasinya, dan kemudian menambah dengan data lain yang sama topiknya. Upaya inilah yang disebut dengan pengembangan berita atau *depth news*.<sup>113</sup>

Sebelum mengungkapkan data selanjutnya, dalam penulisan pengembangan berita, maka berita terdahulu yang sudah dipublikasikan bisa diungkap lagi secara singkat saja. Pengungkapan kembali berita pertama ini bertujuan untuk mengingatkan pembaca bahwa berita yang diturunkan ini adalah kelanjutan dari berita sebelumnya. Patokan penulisannya, data diungkap, ditambah dengan interpretasi dan sedikit opini orang lain, yang dikemas menjadi data baru.

#### **b. Artikel (*Article*)**

Salah satu bentuk isi surat kabar yang bernuansa Islam yang termuat di surat kabar adalah artikel keagamaan. Artikel (*article*) termasuk dalam kategori tulisan *views* (pandangan), yakni tulisan yang berisi pandangan, ide, opini, penilaian penulisnya tentang suatu masalah atau peristiwa. Secara teknis jurnalistik, artikel merupakan salah satu opini yang terdapat dalam surat kabar atau majalah.<sup>114</sup> Secara leksikal, artikel didefinisikan sebagai karya tulis lengkap di majalah, surat kabar dan sebagainya.<sup>115</sup> Dalam *Webster's New World Dictionary of Media and Communications*, maka artikel diartikan sebagai tulisan nonfiksi, biasanya singkat dan lengkap, seperti berita dan karangan khas dalam surat kabar atau majalah.<sup>116</sup>

Secara terminologi, artikel didefinisikan sebagai tulisan lepas berisi opini seseorang yang mengupas tuntas suatu masalah tertentu yang sifatnya aktual dan atau kontroversial dengan tujuan memberitahu (*informatif*), memengaruhi dan menyakinkan (*persuasif argumentatif*), atau menghibur khalayak pembaca (*rekreatif*). Disebut lepas, karena siapapun pembaca boleh menulis artikel dengan topik bebas sesuai dengan minat

---

<sup>113</sup>*Ibid*, h. 62.

<sup>114</sup>Secara garis besar isi halaman Surat kabar atau majalah terdiri dari tiga kelompok besar, yaitu berita (*news*), opini (*views*) dan iklan (*advertising*).

<sup>115</sup>Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, *Kamus Besar*, h. 57.

<sup>116</sup>Richard Weiner, *Webster's New World Dictionary of Media and Communications* (New York: Webster New World, 1990), h. 26.

dan keahliannya masing-masing. Selain itu, artikel ditulis tidak terikat dengan berita atau laporan tertentu. Boleh ditulis kapan saja, dimana saja dan oleh siapa saja.<sup>117</sup>

## 1. Jenis Jenis Artikel

Asep Syamsul Romli membagi artikel pada empat jenis, yaitu artikel deskriptif, artikel eksplanatif, artikel prediktif dan artikel preskriptif.<sup>118</sup> Artikel deskriptif berarti tulisan yang menjelaskan (menguraikan) secara detail ataupun garis besar tentang suatu masalah, sehingga pembaca mengetahui secara utuh suatu masalah yang dikemukakan. Artikel eksplanatif isinya memahami se jelas-mungkin tentang suatu masalah, sehingga si pembaca memahami betul masalah yang dikemukakan. Artikel prediktif berisi prediksi, ramalan atau dugaan apa yang kemungkinan terjadi pada masa datang, berkaitan dengan masalah yang dikemukakan. Sedangkan artikel preskriptif berisi ajakan, imbauan, atau perintah terhadap pembaca agar melakukan sesuatu.

Dilihat dari sifatnya, artikel terdiri dua macam, *pertama*, artikel aktual/temporer (dibatasi oleh waktu); *kedua*, artikel yang tidak temporer (tidak dibatasi oleh waktu dan aktualitas).<sup>119</sup> Maksud artikel aktual ini adalah artikel tentang topik dan masalah tertentu yang sedang hangat diperbincangkan oleh publik. Jika tidak segera direspon dan dimuat, maka artikel aktual akan cepat basi dan kehilangan relevansinya, karena momentumnya telah lewat.

## 2. Karakteristik Artikel

Menurut Sumadiri paling tidak terdapat tujuh karakteristik artikel untuk konsumsi surat kabar, yaitu; (a) ditulis dengan atas nama (*by line stor*): (b) mengandung gagasan aktual dan atau kontroversial; (c) gagasan yang diangkat harus menyangkut kepentingan sebagian terbesar khalayak pembaca; (d) ditulis secara referensial dengan

---

<sup>117</sup>AS Haris Sumadiri, *Jurnalistik Indonesia*, h. 11.

<sup>118</sup>Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Praktis. Untuk Pemula* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), h. 32-33.

<sup>119</sup>M. Arief Hakim., *Kiat Menulis Artikel di Media Cetak: dari Budaya, Iptek sampai Agama* (Bandung: Yayasan Cendikia, 2001), h. 45.

visi intelektual; (e) disajikan dalam bahasa yang hidup, segar, populer, dan komunikatif; (f) singkat dan tuntas; (g) orisinal.<sup>120</sup>

Dilihat dari kedudukan dan fungsinya, artikel yang ditulis oleh para pakar di berbagai bidang, berfungsi sebagai pendamping sekaligus sebagai penerjemah, penafsir dan peng analisis berita. Berita datang begitu cepat, begitu banyak, berlangsung secara terus-menerus, namun sering hanya sepotong-sepotong, terpenggal-penggal, berserakan. Kedudukan artikel adalah untuk menggabungkan atau menyatukan serpihan fakta-fakta dalam cerita yang berserakan itu ke dalam satu bangunan cerita yang utuh, jelas, tegas dan enak dibaca. Bagi Surat kabar berkualitas, kehadiran artikel merupakan suatu keharusan, sebagai syarat mutlak, dan bukan sebagai pilihan.

Mengingat artikel merupakan wujud dari gagasan, ide dan pemikiran-pemikiran yang disampaikan oleh penulisnya, maka sudah tentu opini atau pendapat pribadi si penulis yang *übermainö* di dalamnya. Oleh sebab itu, artikel selalu ditempatkan pada tempat atau halaman yang sama dengan kolom *ötajuk rencanaö* (editoril) yang merupakan *ösuara hatiö* suatu Surat kabar.

Menulis artikel keagamaan di surat kabar umum memiliki kendala dan tantangan tersendiri. Bila menulis artikel keagamaan (bernuansa Islam) di media cetak bernafaskan Islam, para pembacanya sudah jelas umat Islam. Namun khalayak pembaca surat kabar umum sangat heterogen. Oleh karenanya, seorang penulis artikel di surat kabar umum perlu memahami keanekaragaman latar belakang agama, sosial-budaya, tingkat intelektual, tingkat perhatian, daya baca, kebiasaan membaca dan selera baca publik pembaca Surat kabar bersangkutan.<sup>121</sup>

Menulis artikel keagamaan (bernuansa Islam) di media massa manapun, perlu mengedepankan kemurnian, kebenaran, kebersihan, kejujuran, jauh dari kata-kata kotor, kasar, tidak simpatik, dan menyingkirkan kata-kata bernada hasutan dan kedengkian. Sejatinya, bukan hanya artikel keagamaan yang dipersyaratkan demikian, namun karena menyangkut pembahasan tentang agama, maka penulis artikel keagamaan harus menghindari kata-kata atau kalimat yang memperolok-olok serta mencela orang lain

---

<sup>120</sup>AS Haris Sumardiria, *Jurnalistik Indonesia*, h. 4.

<sup>121</sup>Sutiman Eka Ardhana, *Jurnalistik Dakwah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), h. 57.

(agama lain), penuh prasangka buruk, penuh kesombongan serta menyinggung perasaan.<sup>122</sup>

Menulis artikel keagamaan apalagi di surat kabar umum tidak semudah menulis artikel non keagamaan. Ini bisa dipahami, mengingat beragamnya latar belakang budaya, keyakinan para pembaca surat kabar bersangkutan. Namun, bagaimana pun juga pesan-pesan dakwah yang tertera dalam Alquran dan Hadis yang merupakan sumber kebenaran serta sumber keilmuan yang tak pernah kering perlu disampaikan kepada umat, misalnya tentang politik, hukum, kesehatan, etika, ibadah, muamalah dan sebagainya. Penyampaian informasi kebenaran melalui surat kabar merupakan sarana yang efektif dan murah untuk meningkatkan kualitas edukasi khalayak pembaca, di samping itu bertujuan untuk mengajak umat Islam melakukan keMa'rufah serta meninggalkan kemungkaran.

## 8. Perilaku Beragama Masyarakat

Agama menurut bahasa Sansekerta berarti tidak kacau (a = tidak, gama = kacau), dengan kata lain, agama merupakan tuntunan hidup yang dapat membebaskan manusia dari kekacauan. Di dunia Barat terdapat suatu istilah umum untuk pengertian agama ini, yaitu : *religi, religie, religion*, yang berarti melakukan suatu perbuatan dengan penuh penderitaan atau mati-matian, perbuatan ini berupa usaha atau sejenis peribadatan yang dilakukan berulang-ulang. Istilah lain bagi agama ini yang berasal dari bahasa Arab, yaitu *al-din* yang berarti: hukum, perhitungan, kerajaan, kekuasaan, tuntutan, keputusan, dan pembalasan. Kesemuanya itu memberikan gambaran bahwa *ḥal-din* merupakan pengabdian dan penyerahan, mutlak dari seorang hamba kepada Tuhan penciptanya dengan upacara dan tingkah laku tertentu, sebagai manifestasi ketaatan tersebut.<sup>123</sup>

Dari sudut sosiologi, Emile Durkheim mengartikan agama sebagai suatu kumpulan keyakinan warisan nenek moyang dan perasaan-perasaan pribadi, suatu peniruan terhadap modus-modus, ritual-ritual, aturan-aturan, konvensi-konvensi dan praktek-praktek secara sosial telah mantap selama generasi demi generasi.<sup>124</sup> Sedangkan

---

<sup>122</sup>*Ibid*, h. 58.

<sup>123</sup>Zakiah Daradjat, *Ilmu Djiwa Beragama*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1970), h. 5.

<sup>124</sup>Ali Syari'ati, *A Glance at Tomorrow History*, terjemahkan Satria Panindito, *Islam; Agama Protes* (Jakarta: Pustaka Hidayah, 1992), Cet. I, h. 81.

menurut M. Natsir agama merupakan suatu kepercayaan dan cara hidup yang mengandung faktor-faktor antara lain :

- c. Percaya kepada Tuhan sebagai sumber dari segala hukum dan nilai-nilai hidup.
- d. Percaya kepada wahyu Tuhan yang disampaikan kepada rosulnya.
- e. Percaya dengan adanya hubungan antara Tuhan dengan manusia.
- f. Percaya dengan hubungan ini dapat memengaruhi hidupnya sehari-hari.
- g. Percaya bahwa dengan matinya seseorang, hidup rohnya tidak berakhir.
- h. Percaya dengan ibadah sebagai cara mengadakan hubungan dengan Tuhan.
- i. Percaya kepada keridhaan Tuhan sebagai tujuan hidup di dunia ini.<sup>125</sup>

Sementara agama Islam dapat diartikan sebagai wahyu Allah yang diturunkan melalui para Rasul-Nya sebagai pedoman hidup manusia di dunia yang berisi peraturan perintah dan larangan agar manusia memperoleh kebahagiaan di dunia ini dan di akhirat kelak.<sup>126</sup>

Perkataan perilaku atau tingkah laku mempunyai pengertian yang luas sekali, yaitu tidak hanya mencakup kegiatan yang bersifat motoris saja seperti berbicara, berjalan, lari-lari, berolah raga, bergerak dan lain-lain, akan tetapi juga membahas macam-macam fungsi seperti melihat, mendengar, mengingat, berfikir, penampilan emosi-emosi dalam bentuk tangis dan tersenyum.<sup>127</sup>

Tingkah laku atau perbuatan manusia ini tidak terjadi secara *sporadic* (timbul dan hilang disaat-saat tertentu), akan tetapi selalu ada kelangsungan antara perbuatan satu dengan perbuatan yang berikutnya.<sup>128</sup> Misalnya seorang anak akan sekolah hari ini dan akan sekolah besok hingga terus-menerus sampai bertahun-tahun untuk akhirnya kepandaian tersebut menjadikan dia mendapatkan pekerjaan dan pengalaman pekerjaan yang kemudian dia mendapatkan penghasilan, dan berkeluarga, berketurunan dan seterusnya.

---

<sup>125</sup>Syamsu Yusuf LN, *Psikologi Belajar Agama* (Bandung: Pustaka Bani Qurais, 2003), h. 36.

<sup>126</sup>*Ibid.*, h. 37.

<sup>127</sup>Kartini Kartono, *Psikologi Umum* (Bandung: Mandar Maju, 1996), h. 3.

<sup>128</sup>Sarlito Wirawan Sarwono, *Pengantar Umum Psikologi* (Jakarta: Bulan Bintang, 1976), h. 24.

Dalam pengertian yang lain, perilaku adalah merupakan perbuatan atau tindakan dan perkataan seseorang yang sifatnya dapat diamati, digambarkan dan dicatat oleh orang lain ataupun orang yang melakukannya. Perilaku mempunyai beberapa dimensi:

- a. Fisik, dapat diamati, digambarkan dan dicatat baik frekuensi, durasi dan intensitasnya.
- b. Ruang, suatu perilaku mempunyai dampak kepada lingkungan (fisik maupun sosial) dimana perilaku itu terjadi
- c. Waktu, suatu perilaku mempunyai kaitan dengan masa lampau maupun masa yang akan datang.
- d. Perilaku diatur oleh prinsip dasar perilaku yang menjelaskan bahwa ada hubungan antara perilaku manusia dengan peristiwa lingkungan. Perubahan perilaku dapat diciptakan dengan merubah peristiwa di dalam lingkungan yang menyebabkan perilaku tersebut
- e. Perilaku dapat bersifat *covert* ataupun *overt*
  4. *Overt* artinya nampak (dapat diamati dan dicatat)
  5. *Covert* artinya tersembunyi (hanya dapat diamati oleh orang yang melakukannya)
- f. Fokus perubahan perilaku kepada perilaku yang dapat diamati (perilaku *overt*).<sup>129</sup>

Agama adalah pedoman perilaku moral, yang mengatur hubungan manusia dengan tuhan, mengatur hubungan manusia dengan sesamanya, dan mengatur hubungan manusia dengan alam sekitarnya. Agama adalah pemengaruh perilaku moral manusia karena keyakinan itu masuk ke dalam konstruksi kepribadian.<sup>130</sup> Sejauh mana efektivitas pengaruhnya tentu tergantung dari kuat mana antara penyampai pengaruh dengan penerima pengaruh. Setiap agama pasti memiliki aturan atau perintah masing-masing agama yang harus dipatuhi oleh segenap pengikutnya dan aturan-aturan tersebut akan memengaruhi pada tingkah laku atau perilaku dari pengikutnya. Akan tetapi apabila dalam menjalankan perintah atau aturan yang diberikan oleh agama dijalankan hanya karena menggugurkan kewajiban belaka maka bisa saja perilakunya tidak sesuai dengan

---

<sup>129</sup>*Ibid.*

<sup>130</sup>Daradjat, *Ilmu Djiwa*, h. 11.



apa yang diinginkan oleh agama. Salah satu contohnya adalah ada orang yang ibadahnya rajin akan tetapi mereka juga ahli maksiat atau ahli berbuat kemungkaran.

Dewasa ini banyak perilaku para pemeluk agama yang telah menyimpang jauh dari esensi ajaran agama itu sendiri. Akibatnya, agama menjelma menjadi sosok yang seram dan menakutkan. Padahal, esensi ajaran agama adalah cinta dan kasih sayang. Saat ini kita tidak hidup di zaman perang dengan senjata sebagai alat utama. Kita sekarang berpijak di era keterbukaan dan demokrasi. Seharusnya, yang tampak adalah sikap saling membantu dan menebar kedamaian. Dapat disaksikan perbedaan antara orang yang beriman dengan orang yang tidak beriman yang hidup menjalankan agamanya, dengan orang yang tidak menjalankan agama atau menjalankan agama dengan cara acuh tak acuh kepada agamanya. Pada wajah orang yang beragama terlihat ketentraman batin, sikapnya dan perbuatannya tidak akan menyengsarakan atau menyusahkan orang lain, lain halnya dengan orang yang hidupnya terlepas dari ikatan agama atau tali agama, hidupnya akan mudah terganggu oleh guncangan jiwa dan suasana.<sup>131</sup>

Kalau kita mau berfikir secara mendalam sebenarnya agama adalah sebagai pemersatu aspirasi manusia yang paling kuat, sebahagian besar moralitas sumber tatanan masyarakat dan perdamaian batin dan individu sebagai suatu yang memuliakan dan yang membuat manusia beradab. Akan tetapi banyak sekali tuduh-tuduhan yang sangat menyakitkan telinga kita, mereka berpendapat bahwa agama adalah sumber penghambat kemajuan manusia dan mempertinggi fanatisme dan sifat tidak toleran, pengacuhan, pengabaian, tahayul, dan kesia-siaan, padahal pandangan seperti itu adalah pandangan yang sangat keliru. Sebenarnya agama adalah sebagai sumber penting dalam kebudayaan memberikan arahan dan bentuk pada fikiran, perasaan, dan tindak tanduk manusia, bagaimanakah tidak tindakan ini sudah susai ataukah belum dengan masyarakat dan bagaimana akibatnya.<sup>132</sup> Adapun perintah agama yang memengaruhi pada perilaku kehidupan pemeluknya yang dimaksud dalam penelitian ini antara lain yaitu; perintah salat, perintah puasa, perintah untuk peduli dan memelihara lingkungan, kepedulian sosial, perintah untuk memperhatikan pola hidup sehat, dan perintah untuk senantiasa berkomunikasi secara Islami.

---

<sup>131</sup>Zakiah Daradjat, *Peranan Agama dalam Kesehatan Mental*(Jakarta: Gunung Agung, 1970), h. 57.

<sup>132</sup>Thomas F. Ode, *Sosiologi Agama; Suatu Pengenalan Awal*(Jakarta: Rajawali, 1966), h. 223.





**PDF**  
Complete

*Your complimentary  
use period has ended.  
Thank you for using  
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to  
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

## **a. Perilaku Terhadap Lingkungan**

### 1. Konsep Tentang Lingkungan.

Segala sesuatu di dunia erat hubungannya satu dengan yang lain. Antara manusia dengan manusia, antara manusia dengan hewan, antara manusia dengan tumbuh-tumbuhan dan bahkan antara manusia dengan benda-benda mati sekalipun. Begitu pula antara hewan dengan hewan, antara hewan dengan tumbuh tumbuhan,

antara hewan dengan manusia, dan antara hewan dengan benda mati disekelilingnya. akhirnya tidak lepas pula pengaruh memengaruhi antara tumbuhan yang satu dengan yang lainnya. Antara tumbuh-tumbuhan dengan hewan, antara tumbuh-tumbuhan dengan manusia dan antara tumbuhan-tumbuhan dengan benda mati disekelilingnya. Pengaruh antara suatu komponen dengan lain komponen ini bermacam-macam bentuk dan sifatnya. Begitu pula reaksi suatu golongan atas pengaruh dari yang lainnya juga berbeda-beda.<sup>133</sup>

Suatu peristiwa yang menimpa diri seseorang, dapat disimpulkan sebagai “*resultante*” berbagai pengaruh disekitarnya. Begitu banyak pengaruh yang mendorong manusia ke dalam suatu kondisi tertentu, sehingga adalah wajar jika manusia tersebut kemudian juga berusaha untuk mengerti apakah sebenarnya yang memengaruhi dirinya, dan sampai berapa besarkah pengaruh-pengaruh tersebut. Oleh sebab itu berkembanglah apa yang dinamakan “*Ecologi*”, yakni ilmu yang mempelajari hubungan antara satu organisme dengan yang lainnya, dan antara organisme tersebut dengan lingkungannya.<sup>134</sup>

Sejak dilaksanakannya konferensi Stockholm 1972 masalah-masalah lingkungan mendapat perhatian secara luas dari berbagai bangsa. Sebelumnya, sekitar tahun 1950-an masalah-masalah lingkungan hidup hanya mendapat perhatian dari kalangan ilmuan saja. Sejak itu berbagai himbauan dilontarkan oleh para pakar dari berbagai disiplin ilmu tentang adanya bahaya yang mengancam kehidupan, yang disebabkan oleh pencemaran dan perusakan lingkungan hidup, tetapi nampaknya imbauan tersebut, belum mendapat perhatian yang seyogianya dari berbagai kalangan lainnya.<sup>135</sup>

Pada tahun 1962 telah diterbitkan sebuah buku berjudul *silent: spring* (musim bunga yang bisu, ada pula yang menerjemahkan menjadi musim semi yang sepi), yang ditulis oleh Rachel Carson. Dalam buku tersebut diuraikan secara panjang lebar, betapa lingkungan hidup telah tercemar luas oleh ulah manusia yang telah mempergunakan

---

<sup>133</sup>Koesnadi Hardja Soemantri, *Hukum Tata Lingkungan*, Cet. ke-13. (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1997), h. 2.

<sup>134</sup>Fuad Amsyari. *Prinsip-Prinsip Masalah Pencemaran Lingkungan*, Cet. ke-2, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1981), h. 11.

<sup>135</sup>Harun M. Husein, *Lingkungan Hidup; Masalah Pengelolaan dan Penegakan Hukum*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1993), hal 1.



**PDF Complete**  
Your complimentary use period has ended.  
Thank you for using PDF Complete.

[Click Here to upgrade to Unlimited Pages and Expanded Features](#)

berbagai jenis pestisida dan insektisida dalam usaha memberantas hama pengganggu tanaman. Kemudian dalam perkembangan selanjutnya semakin terasa oleh masyarakat akan pentingnya lingkungan hidup bagi kelangsungan hidup manusia. Manusia mulai memikirkan bagaimana menanggulangi dampak kerusakan lingkungan, secara perlahan lahan muncul kepedulian masyarakat terhadap lingkungan.

## 2. Pengertian Lingkungan Hidup.

Lingkungan hidup berasal dari kata lingkungan dan hidup. Dalam kamus besar bahasa Indonesia yang disusun oleh Tim penyusun kamus pusat pembinaan dan pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, terbitan Balai Pusaka, 1989, lingkungan diartikan sebagai daerah (kawasan dan sebagainya), yang termasuk di dalamnya; sedang lingkungan alam diartikan sebagai keadaan (kondisi, kekuatan) sekitar, yang memengaruhi perkembangan dan tingkah laku organisme. Dalam kamus umum bahasa Indonesia, yang disusun oleh W.J.S. Poerwadarminta, terbitan PN Balai Pustaka Jakarta, 1976, lingkungan diartikan sebagai bulatan yang melingkungi (melingkari); lingkaran; sekalian yang terlingkung dalam suatu daerah atau alam sekitarnya, bekerja sebagaimana mestinya yang dapat memengaruhi penghidupan dan kehidupan manusia, binatang, tumbuh-tumbuhan ataupun makhluk lainnya. Dalam kamus lingkungan hidup itu diartikan sebagai : *the physical, chemical, and biotic surrounding and organism*.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapatlah disimpulkan bahwa perkataan lingkungan hidup mengandung arti tempat, wadah atau ruang yang ditempati oleh makhluk hidup dan tak hidup yang berhubungan dan saling pengaruh memengaruhi satu sama lain, baik antara makhluk-makhluk itu sendiri maupun antara makhluk makhluk itu dengan alam sekitarnya.

Guna memperoleh gambaran yang lebih jelas tentang pengertian lingkungan hidup, di bawah ini diketengahkan pendapat pakar-pakar lingkungan tentang pengertian lingkungan hidup.

1. Otto Soemarwoto, seorang pakar lingkungan yang terkemuka mendefinisikan lingkungan hidup sebagai berikut; lingkungan adalah jumlah semua benda dan kondisi yang ada dalam ruang yang kita tempati yang memengaruhi kehidupan kita.<sup>136</sup>
  2. ST. Mundjat Danusaputro, mengartikan lingkungan hidup sebagai semua benda dan kondisi termasuk di dalamnya manusia dan tingkah perbuatannya, yang terdapat dalam ruang tempat manusia berada dan memengaruhi hidup dan kesejahteraan manusia dan jasad hidup lainnya.<sup>137</sup>
  3. Emil Salim, menyatakan bahwa secara umum lingkungan hidup diartikan sebagai segala benda, kondisi keadaan dan pengaruh yang terdapat dalam ruang yang kita tempati dan memengaruhi hal hidup termasuk kehidupan manusia.<sup>138</sup>
  4. Dalam pasal 1 butir 1 undang-undang nomor 4 tahun 1982 tentang ketentuan-ketentuan pokok pengelolaan lingkungan hidup, dinyatakan bahwa lingkungan hidup kesatuan ruang dengan semua benda, daya dan keadaan, dan makhluk hidup, lainnya
  5. Soedjono mengartikan lingkungan hidup sebagai lingkungan hidup fisik atau jasmani yang mencakup dan meliputi semua unsur dan faktor fisik jasmaniah yang terdapat dalam alam. Dalam pengertian ini, maka manusia, hewan, dan tumbuh-tumbuhan tersebut dilihat dan dianggap sebagai pewujudan fisik jasmani belaka. Dalam hal ini lingkungan hidup manusia, hewan, dan tumbuh-tumbuhan yang ada di dalamnya.<sup>139</sup>
3. Unsur-Unsur Lingkungan Hidup.

NHT. Siahaan, merumuskan unsur-unsur lingkungan sebagai berikut:

---

<sup>136</sup> Otto Sumarwoto, *Analisis Dampak lingkungan*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1989), h. 30.

<sup>137</sup> Danusaputro, *Hukum Lingkungan Buku I Umum*, (Bandung: Bina Cipta, 1985), h. 67.

<sup>138</sup> Emil Salim, *Lingkungan Hidup dan Pembangunan*, (Jakarta: Mutiara Sumber Wijaya, 1991), hl. 34.

<sup>139</sup> RM. Gatot P. Sumartono, *Mengenal Hukum Lingkungan Indonesia*. (Jakarta: Sinar Grafika, 1991), h. 14.

1. Semua benda, berupa: manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, organisme, tanah, air, udara, rumah, sampah, mobil, angin dan lain- lain. Keseluruhan yang disebut ini digolongkan sebagai materi. Sedangkan satuan-satannya disebut sebagai komponen;
2. Daya, disebut juga sebagai energi;
3. Keadaan, disebut juga kondisi dan situasi;
4. Perilaku atau tabiat;
5. Ruang, yaitu wadah berbagai komponen berada;
6. Proses intraksi, disebut juga memengaruhi, atau biasa pula disebut dengan jaringan kehidupan.<sup>140</sup>

#### 4. Islam dan Lingkungan Hidup

Berbicara mengenai kesadaran dan sikap hidup manusia maka unsur motivasi yang ampuh adalah keyakinan agama. Dalam kitab suci Alquran terungkap bahwa Allah SWT. telah “menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-bainya”, firman Allah:<sup>141</sup>

لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ

Artinya: “*Sesungguhnya Kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya.*”

Ini berarti bahwa manusia adalah lebih sempurna dari hewan, tumbuh-tumbuhan, jin bahkan malaikat sekalipun. mengapa? Karena manusia dibekali Allah SWT. dengan akal, perasaan, nafsu dan syahwat. sedangkan makhluk-makhluk lain hanya dibekali sebagian dari unsur-unsur ini.

---

<sup>140</sup> NHT. Siahaan, *Ekologi Pembangunan dan Hukum Tata Lingkungan*, ( Jakarta: Erlangga, 1987), h. 3.

<sup>141</sup> Qur'an Surah Al-Tin/95: 4

Kemampuan potensial yang ada pada manusia ini pula menyebabkan bahwa manusia mampu memikul amanah Allah SWT. seperti tercermin dalam Q.S. Al-Ahzab ayat 72. Langit, bumi dan gunung takut dan tidak mampu memikul amanah Ilahi, hanya manusia yang sedia memikul amanah tersebut, firman Allah:

إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ تَحْمِلَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا  
وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا ﴿٧٢﴾

Artinya: “*Sesungguhnya Kami telah mengemukakan amanat[1233] kepada langit, bumi dan gunung-gunung, Maka semuanya enggan untuk memikul amanat itu dan mereka khawatir akan mengkhianatinya, dan dipikullah amanat itu oleh manusia. Sesungguhnya manusia itu amat zalim dan amat bodoh.*”

Sehingga kelahiran manusia di bumi ini adalah untuk memenuhi amanah Allah. Dalam rangkaian Surah-Surah di dalam Alquran tersimpul bahwa amanah Illahi mencakup kewajiban dan tanggung jawab manusia terhadap Allah SWT., terhadap diri manusia sendiri, terhadap sesama manusia dan terhadap alam.

Untuk melaksanakan amanah itu sebaik-baiknya maka sudah sewajarnya apabila manusia itu terlebih dahulu mengenal apa dan kepada siapa ia berkewajiban melaksanakan amanah. Oleh karena itu adalah penting untuk mengenal terlebih dahulu Allah SWT., mengenal diri manusia sendiri, mengenal sesama manusia lain dan mengenal alam.

Maka dasar utama bagi kehidupan manusia di dunia adalah mengenal untuk kemudian bertaqwa kepada Allah SWT. Kita bisa mengenal Allah SWT. dengan mendalami kitab suci Alquran dan Hadist-Hadist Nabi. Kita bisa memahami kebesaran Allah SWT. dengan merenungkan hakekat hidup itu sendiri.

Kebanyakan surah-surah atau ayat-ayat *Makkiyah* yang turun di Makkah berintikan pengenalan Allah SWT. kepada manusia. Sehingga dasar utama agama Islam

adalah percaya dan taqwa kepada Allah SWT. Empat konsep pengenalan yang dimaksud yaitu; mengenal Allah SWT. (*makrifatu Allah*) menyusul “mengenal diri sendiri” (*makrifatu al nafsi*), mengenal sesama manusia (*ma’rifat al-nas*), mengenal Alam ciptaan Allah SWT., lingkungan sekitar/lingkungan hidup (*ma’rifat al-kaum*).<sup>142</sup>

وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْوَجْرِ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ

خَلَقْنَا تَفْضِيلًا

Artinya: “Dan sesungguhnya telah Kami muliakan anak-anak Adam, Kami angkat mereka di daratan dan di lautan, Kami beri mereka rezeki dari yang baik-baik dan Kami lebihkan mereka dengan kelebihan yang sempurna atas kebanyakan makhluk yang telah Kami ciptakan.”<sup>143</sup>

Manusia adalah lebih sempurna dari makhluk lain karena selain memiliki indera fisik, seperti mata, hidung, telinga dan kulit, maka manusia juga memiliki indera ruh yaitu indera ketuhanan, indera keakuan, indera sosial, indera budi, indera intelek, dan indera seni (*esstitika*).<sup>144</sup> Keenam indera terakhir ini tidak dapat diraba atau dilihat akan tetapi manusia memiliki kemampuan untuk merasakannya. Kesemua indera inilah yang akhirnya membentuk persepsi manusia tentang sesuatu, sehingga ia mampu memberikan makna atas setiap realitas yang ada. Manusia yang mampu menggunakan dan memaksimalkan potensi inderawi secara menyeluruh dan sempurna tersebut, pada gilirannya akan membentuk manusia menjadi *insan kamil*.

Pengenalan ketiga adalah *makrifatu al-nas* mengenal sesama manusia. Manusia tidak hidup dalam kehampaan sosial. Dia adalah pula anggota masyarakat dan anggota dari kelompok umat. Maka kewajiban apa yang harus dilakukannya selaku bagian dari

<sup>142</sup>Emil Salim. *Lingkungan Hidup dan Pembangunan*, (Jakarta: Mutiara Sumber Widya, 1995), h. 66-72

<sup>143</sup>Qur’an Surah al-Isra/17: 70

<sup>144</sup>Emil Salim. *Lingkungan...h. 68*

anggota masyarakat dan umat manusia, dalam hal ini dapat di rujuk pada pesan Allah dalam Alquran:<sup>145</sup>

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْعُرْفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ  
الْمُقْتَدِرُونَ ﴿١٤٥﴾

Artinya: "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.

Berbuat ma'ruf yang baik-baik, dan mencegah yang munkar, yang jahat, adalah kewajiban ummat. Ini menandakan sikap hidup mengejar yang positif. Petunjuk lain bagi ummat adalah Q.S. al-Qashash ayat 77:

وَاتَّبِعْ فِي مَآءِ اتِّلَكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۗ وَأَحْسِنَ كَمَا  
أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

Artinya: "dan carilah pada apa yang dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan."

Tersimpul disini keharusan untuk mengusahakan keseimbangan antara kebahagiaan hidup akhirat dengan kebahagiaan hidup duniawi, keseimbangan perbuatan baik bagi diri dengan perbuatan baik bagi orang lain dan kewajiban memelihara keseimbangan alam mencegah kerusakan dimuka bumi.

---

<sup>145</sup>Quran Surah Ali Imran/3: 104.



Kenyataan ini membawa kita kepada pengenalan keempat. Pengenalan kepada alam (*makrifatu al-kaum*) yaitu hubungan manusia dengan alam. Allah SWT. berfirman dalam Q.S Faathir ayat 27-28:

أَلَمْ تَرَ أَنَّ اللَّهَ أَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَأَخْرَجْنَا بِهِ ثَمَرَاتٍ مُخْتَلِفًا أَلْوَانُهَا وَمِنَ الْجِبَالِ جُدَدٌ  
بَيْضٌ وَحُمْرٌ مُخْتَلِفٌ أَلْوَانُهَا وَغَرَابِيبُ سُودٌ ﴿٢٧﴾ وَمِنَ النَّاسِ وَالْأَنْعَامِ مُخْتَلِفٌ  
أَلْوَانُهُ كَذَلِكَ إِنَّمَا يَخْشَى اللَّهَ مِنْ عِبَادِهِ الْعُلَمَاءُ إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ غَفُورٌ ﴿٢٨﴾

Artinya: "tidaklah kamu melihat bahwasannya Allah menurunkan hujan dari langit lalu Kami hasilkan dengan hujan itu buah-buahan yang berneka macam jenisnya. Dan di antara gunung-gunung itu ada garis-garis putih dan merah yang beraneka macam warnanya dan ada (pula) yang hitam pekat. Dan demikian (pula) di antara manusia, binatang-binatang melata dan binatang-binatang ternak ada yang bermacam-macam warnanya (dan jenisnya). Sesungguhnya yang takut kepada Allah di antara hamba-hamba-Nya adalah ulama. Seungguhnya Allah Maha Perkasa lagi Maha Pengampun."

Maka yang dimaksud dengan ulama disini adalah orang-orang yang mengetahui kebesaran dan kekuasaan Allah. Jika kita mengakui kebesaran dan kekuasaan Allah maka seyogyanya sikap hidup kita adalah menyukuri nikmat Allah, dan berikhtiar memelihara ciptaan Allah. Dengan demikian sikap hidup seorang Muslim untuk bersahabat dengan alam dan isinya, dan menghindari diri dari perusakan alam merupakan bagian dari perilaku beragama seorang Muslim. Disisi lain perusakan alam dianggap perbuatan tercela yang dilakukan oleh orang-orang munafik sebagaimana tercermin dalam firman Allah SWT.:

وَمِنَ النَّاسِ مَنْ يُعْجِبُكَ قَوْلُهُ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَيُشْهَدُ اللَّهَ عَلَىٰ مَا فِي قَلْبِهِ وَهُوَ أَلَدُّ  
الْخِصَامِ ﴿٢٤﴾ وَإِذَا تَوَلَّىٰ سَعَىٰ فِي الْأَرْضِ لِيُفْسِدَ فِيهَا وَيُهْلِكَ الْحَرْثَ وَالنَّسْلَ ۗ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ

Artinya: “dan diantara manusia ada orang yang ucapannya tentang kehidupan dunia menarik hatimu, dan dipersaksikannya kepada Allah (atas kebenaran) isi hatinya, padahal ia adalah penantang yang paling keras. Dan apabila ia berpaling (dari pemukamu) ia berjalan dibumi untuk mengadakan kerusakan padanya. Dan merusak tanam-tanaman dan binatang ternak, dan Allah tidak menyukai kebinasaan.”<sup>146</sup>

Ayat ini menjelaskan bahwa manusia diciptakan Allah dan diturunkan ke bumi ini untuk melaksanakan amanah Illahi kepada Allah SWT., kepada diri manusia sendiri, kepada sesama manusia dan terhadap alam.

Dari rangkaian ungkapan ayat-ayat ini terasa bahwa manusia harus berikhtiar menjadi *insan kamil*. Sebab ini membedakan dirinya dengan makhluk-makhluk lain di dunia. Sebagai *insan kamil* dan anggota masyarakat dilaksanakan tugas berbuat baik dan menghindari yang jahat. Dan menjalani hidup duniawi diusahakan tercapainya keseimbangan dan keselarasan. Keseimbangan antar kebahagiaan hidup akhirat dengan kebahagiaan hidup diniawi, keseimbangan dalam perbuatan baik dalam diri pribadi dengan perbuatan baik bagi masyarakat, dan memelihara keseimbangan alam dan mencegah kerusakan di muka bumi.

Kepedulian terhadap pengembangan akal yang dikendalikan iman merupakan salah satu pesan Alquran dalam ayat tersebut, sehingga akal harus dikembangkan atas dasar iman dan menumbuhkan sikap hidup Muslim dengan indera rohaniyah yang mekar sehingga hasil ciptaan manusia berupa penambahan penduduk atau teknologi, tetap mengindahkan keseimbangan lingkungan hidup.

Hakekat pokok dalam pengembangan lingkungan hidup adalah terpeliharanya keseimbangan alam dan keseimbangan lingkungan hidup sosial. Ini bisa tercapai jika akal dan nafsu terkendali mengindahkan asas keseimbangan dan terhindar sikap merusak (*destruktif*). Kegandrungan pada serba kebendaan dan serba individu juga terkendalikan dengan dikembangkannya sikap hidup Muslim dengan keterpaduan kelima panca indera

---

<sup>146</sup> Quran Surah al-Baqarah/2: 204-205.

dan keenam indera rohaniannya.<sup>147</sup> Dengan demikian terjadilah keserasian antara sikap hidup pengembangan lingkungan hidup dengan sikap hidup seorang Muslim.

Maka penghayatan sikap hidup Muslim ini membuka kemungkinan bagi sikap hidup memelihara kelestarian lingkungan hidup. Bahkan lebih lanjut, masyarakat yang memiliki sikap hidup Muslim ini harus lebih peka terhadap keperluan mengembangkan lingkungan hidup dibandingkan dengan masyarakat yang kurang menghayati agama.

### b. Perintah Berkomunikasi Secara Islami

Sejak manusia pertama Nabi Adam as. diciptakan, Allah mengajarkan pula kepadanya kemampuan berkomunikasi agar mampu hidup dengan sesamanya. Hal ini diungkapkan di dalam Alquran:

وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلٰٓئِكَةِ اِنِّيْ جَاعِلٌ فِى الْاَرْضِ خَلِيْفَةً ۗ قَالُوْۤا اَتَجْعَلُ فِيْهَا مَن يُفْسِدُ فِيْهَا  
وَيَسْفِكُ الدِّمَآءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۗ قَالَ اِنِّيْۤ اَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُوْنَ ﴿٣٠﴾

Artinya: “Dan Dia mengajarkan kepada Adam nama-nama (benda-benda) seluruhnya, kemudian mengemukakannya kepada para Malaikat lalu berfirman; sebutkanlah kepada-Ku nama benda-benda itu jika kamu memang orang-orang yang benar”.<sup>148</sup>

Ayat tersebut mengungkap bahwa mengajarkan nama-nama suatu benda, adalah menyampaikan materi pelajaran berupa nama-nama benda. Mengajarkan adalah menyampaikan sesuatu bahwa yang akan diajarkan. Alat yang paling tepat dalam menyampaikan sesuatu adalah dengan menggunakan komunikasi. Komunikasi merupakan alat utama untuk menyampaikan pesan atau gagasan kepada orang lain.

Komunikasi adalah merupakan alat untuk menyampaikan pesan manusia sejak awal penciptaannya sebagaimana diisyaratkan oleh Alquran Surah al-Rahman ayat 4, ‘*allamahu al-bayan*’ artinya: “Allah mengajarkan (manusia) pandai berbicara”.<sup>149</sup>

<sup>147</sup> Emil Salim, *Lingkungan*, h. 72.

<sup>148</sup> Q.S. Al-Baqarah/2: 30.

<sup>149</sup> Q.S. Al-Rahman/55: 4.

Selain kata *al-bayan*, kata *al-qaul* juga menurut Rahmat, merupakan kata kunci yang dipergunakan untuk berkomunikasi.<sup>150</sup>

Dalam hal berkomunikasi ini, antara lain Dahlan menegaskan bahwa Alquran menampilkan prinsip-prinsip dasar yang seyogyanya dijadikan pegangan saat berbicara<sup>151</sup>. Prinsip-prinsip yang terkandung dalam ayat-ayat Alquran dimaksud, selain menunjukkan keagungan Allah, juga merupakan acuan untuk mengetahui bagaimana orang-orang seharusnya berkomunikasi sehingga komunikasi yang dilakukannya bersifat Islami atau sesuai dengan pesan Allah SWT. yang terkandung di dalam Alquran.

Kemampuan berbicara berarti kemampuan berkomunikasi. Berkomunikasi adalah sesuatu yang dibutuhkan hampir disetiap kegiatan manusia. Dalam komunikasi kita dapat saling menumbuhkan persahabatan, memelihara kasih sayang, dan berbagi pengetahuan. Akan tetapi dengan komunikasi, kita juga dapat mengakibatkan perpecahan, permusuhan, dan kebencian. Kenyataan ini menjadi gambaran bahwa kegiatan komunikasi bukanlah sesuatu yang mudah dilakukan oleh setiap manusia.

Pembahasan di dalam tulisan ini adalah tentang *qaulan*. *Qaulan* adalah suatu pesan-pesan ke-Islaman yang mana dalam penyampaiannya itu dilihat dari komunikasi yang santun menurut ajaran Islam. Mengenai caranya, dalam Alquran dan Hadis dapat ditemukan berbagai panduan agar komunikasi berjalan dengan baik dan efektif sehingga tidak terjadi suatu kesalahpahaman antara umat manusia dalam menyampaikan komunikasi dan komunikasi yang diterimanya. Kita dapat mengistilahkannya sebagai kaidah, prinsip, atau etika berkomunikasi dalam perspektif Alquran. Yang mana kaidah, prinsip, atau etika komunikasi dalam perspektif Alquran ini merupakan panduan bagi kaum Muslim dalam melakukan komunikasi.

## 1. Pengertian Komunikasi Islami

Menurut bahasa., "komunikasi" berasal dari bahasa latin, yaitu "*communicatio*" yang berarti pemberitahuan, pemberian bagian (dalam sesuatu),

---

<sup>150</sup>Jalaluddin Rakhmat, *āAudientāö, Prinsip-prinsip Komunikasi Menurut Alquran*; Jurnal Komunikasi 1 (1), 1993, h. 35.

<sup>151</sup>M.D. Dahlan, *Nilai Alquran dalam Memelihara Tutur Kata* (Makalah tidak diterbitkan 4 Desember 2001, h. 9.

pertukaran, dimana pembicara mengharapkan pertimbangan atau jawaban dari pendengarnya; ikut mengambil bagian. Kata sifatnya *communis* artinya bersifat umum atau bersama-sama. Kata kerjanya "*communicare*", artinya berdialog, berunding atau bermusyawarah<sup>152</sup> yang juga berarti "berpartisipasi" yang berarti sama.<sup>153</sup> Sama maksudnya adalah sama makna.<sup>154</sup> Dengan demikian, secara sangat sederhana dapat kita katakan bahwa seorang yang berkomunikasi berarti mengharapkan agar orang lain dapat ikut serta berpartisipasi mau bertindak sama sesuai dengan tujuan, harapan atau isi pesan yang disampaikannya.

Sedangkan pengertian Ilmu Komunikasi, para ahli mengemukakan pendapat yang berbeda sesuai dengan sudut tinjau masing-masing.

Pengertian ilmu komunikasi antara lain dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Carl I. Houland dalam bukunya "*Social communication Proceeding of The American Philosophical Society*" mengemukakan: *Communication is the process by which an individual (the communicator) transmits stimuli (usually verbal symbols) to modify the behaviour of other individuals (Kommunicatees)*". "Komunikasi adalah suatu proses dengan mana seorang (komunikator) menyampaikan stimuli (biasanya terdiri dari lambang kata-kata) untuk membentuk tingkah laku orang lain".<sup>155</sup>
2. Wilbur Schramm dalam bukunya "*How Communication Work*" mengatakan: *Communication comes from Latin "communis", Common. When we communicate we are trying to share information, an idea, or an attitude .... That the assence of communication is getting the receiver and the sender tunet to gether for particular message.* Komunikasi berasal dari bahasa Latin "*communis*", *Commun*. Bilamana kita mengadakan komunikasi, itu artinya kita mencoba untuk membentuk persamaan dengan orang lain, yakni kita mencoba untuk membagi informasi, idea atau suatu sikap. Jadi esensi dari

---

<sup>152</sup>Anwar Arifin, *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1995), H. 19.

<sup>153</sup>Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), h. 1.

<sup>154</sup>Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Karya, 1984), h. 11.

<sup>155</sup>Tuanku Abbas, *Pengantar Ilmu Publisistik* (Banda Aceh: tp, 1972), h. 27

komunikasi ialah menemukan si penerima dan si pengirim agar dapat bersama-sama melakukan isi pesan secara khusus.<sup>156</sup>

3. Theodore M. Newcomb; mengatakan bahwa komunikasi adalah setiap tindakan komunikasi sebagai suatu transmisi informasi tersendiri dari rangsangan yang diskriminatif dari sumber kepada penerima.
4. Everett M. Rogers mengatakan "komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber suatu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka".
5. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi adalah menjawab pertanyaan:
  - *Who says?* = Komunikator
  - *What?* = pesan (message)
  - *In which channel?* = media (saluran)
  - *To whom?* = komunikan
  - *With what effect?* = Pengaruh
6. William Albig dalam bukunya "*Public Opinion*" menyatakan bahwa:  
*"Communication is the process of transmitting meaningful symbols between individuals"*. "Komunikasi adalah proses pengoperan lambang-lambang yang berarti antara individu-individu".<sup>157</sup>
7. Warren Weaver dalam bukunya "*The Mathematics of Communication*" mendefinisikan komunikasi: "*Communication includes all the procedures by which one mind can effect another*". (Komunikasi adalah keseluruhan prosedur dengan mana suatu pikiran memengaruhi pikiran lainnya).<sup>158</sup>

Dari beberapa pengertian komunikasi tersebut dapat diambil pemahaman bahwa komunikasi dapat berlangsung selama ada kesamaan makna antara komunikator (pemberi pesan) dan komunikan (penerima pesan) tentang hal yang sedang dibicarakan. Mengerti bahasa yang dipergunakan dalam berkomunikasi, belum tentu dapat memahami makna atau pesan yang disampaikan tersebut.

---

<sup>156</sup>Lathief Rousydy, *Dasar-Dasar Rhetorika Komunikasi dan Informasi*, (Medan: Fa. Rimbaw, 1985), h. 8

<sup>157</sup> Lathief Rousydy, *Dasar-Dasar*, h. 47.

<sup>158</sup> *Ibid.*

Percakapan antara dua orang atau lebih dapat dikatakan komunikatif minimal apabila ada kesamaan makna di antara mereka, dan lebih jauh komunikasi dapat melaksanakan isi pesan yang disampaikan.

Komunikasi Islami merupakan bentuk frasa dan pemikiran yang baru muncul dalam penelitian akademik sekitar tiga dekade belakangan ini. Munculnya pemikiran dan aktivisme komunikasi Islam didasarkan pada kegagalan falsafah, paradigma dan pelaksanaan komunikasi Barat yang lebih mengoptimalkan nilai-nilai pragmatis, materialistis serta penggunaan media secara kapitalis. Kegagalan tersebut menimbulkan implikasi negative terutama terhadap komunitas Muslim di seluruh penjuru dunia akibat perbedaan agama, budaya dan gaya hidup dari Negara-negara (Barat) yang menjadi produsen ilmu tersebut.

Ilmu Komunikasi Islam yang sangat diperbincangkan akhir-akhir ini terutama menyangkut prinsip-prinsip komunikasi Islam, serta pendekatan Islam tentang komunikasi. Titik munculnya aktivitas dan pemikiran mengenai komunikasi Islami ditandai dengan terbitnya jurnal *Media, Culture and Society* pada bulan Januari 1993 di London. Ini semakin menunjukkan jati diri komunikasi Islam yang tengah mendapat perhatian dan sorotan masyarakat tidak saja di belahan negara berpenduduk Muslim tetapi juga di negara-negara Barat. Isu-isu yang dikembangkan dalam jurnal tersebut menyangkut Islam dan komunikasi yang meliputi perspektif Islam terhadap media, pemampatan media massa pada era pascamodern, kedudukan dan perjalanan media massa di Negara Muslim serta perspektif politik terhadap Islam dan komunikasi.

Komunikasi Islam berfokus komunikasi yang dikembangkan oleh para pemikir Muslim. Tujuan akhirnya adalah menjadikan komunikasi Islam sebagai komunikasi alternatif terutama dalam menjunjung tinggi nilai-nilai kemanusiaan yang bersesuaian dengan fitrah penciptaan manusia. Kesesuaian nilai-nilai komunikasi dengan dimensi penciptaan fitrah kemanusiaan itu memberi mamfaat terhadap kesejahteraan manusia sejagat. Sehingga dalam perspektif ini, komunikasi Islami merupakan proses penyampaian atau tukar menukar informasi



yang menggunakan prinsip dan kaedah komunikasi dalam Alquran.<sup>159</sup> Komunikasi Islam dengan demikian dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian nilai-nilai Islam dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan prinsip-prinsip komunikasi yang sesuai dengan Alquran dan Hadis.

Komunikasi yang dikembangkan oleh Barat lebih menekankan aspek empirikal serta mengabaikan aspek normatif dan historikal. Dalam konteks demikian Majid Tehranian, menguraikan bahwa pendekatan ini tidak sama implikasinya dalam konteks kehidupan komunitas lain yang memiliki latar belakang yang berbeda. Sehingga dalam perspektif Islam, komunikasi haruslah dikembangkan melalui *Islamic world-view* yang menjadi azas pembentukan komunikasi yang Islami seperti aspek kekuasaan mutlak hanya milik Allah, serta peranan institusi ulama dan mesjid sebagai penyambung komunikasi dan aspek pengawasan syariah yang menjadi penunjang kehidupan Muslim.<sup>160</sup>

Dalam aspek perubahan sosial dan pembangunan masyarakat, komunikasi Barat cenderung bersifat positivistic dan fungsional yang berorientasi kepada individu, bukan kepada keseluruhan sistem sosial dan fungsi sosiobudaya yang sangat penting untuk merangsang terjadinya perubahan sosial. Sedangkan Komunikasi Islami menyangkut nilai-nilai kebenaran, kesederhanaan, kebaikan, kejujuran, integritas, keadilan, *kesahihan* pesan dan sumber, menjadi aspek penting dalam komunikasi Islami. Oleh karenanya dalam perspektif ini, komunikasi Islami ditegakkan atas sendi hubungan segitiga (*Islamic Triangular Relationship*), antara Allah, manusia dan masyarakat.<sup>161</sup>

## 2. Komunikasi Islami dalam Keluarga

---

<sup>159</sup> Mohd. Yusof Hussain, et.al., *Dua Puluh Lima Soal Jawab Mengenai Komunikasi Islam*, (Jabatan Komunikasi Pembangunan, Pusat Pengembangan dan Pendidikan Lanjutan, University Pertanian Malaysia, 1990), h. 1

<sup>160</sup> Majid Tehrani, "Communication Theory and Islamic Perspective", dalam Wimal Dissanayake (ed.), *Communication Theory: The Asian Perspective*, (Singapore: Mass Communication Research and Information Centre, 1988), h. 18

<sup>161</sup> Zulkiple Abd. Ghani, *Islam, Komunikasi dan Teknologi Maklumat*, (Kuala Lumpur: Utusan Publication & Distributors Sdn. Bhd., 2001), h. 4.



Komunikasi dalam keluarga perlu dibina dan dipertahankan oleh setiap individu yang terlibat di dalamnya. Komunikasi merupakan kondisi utama bagi kelangsungan suatu hubungan termasuk keluarga.

Strommen dan Fitzgerald dalam Gunarsa, mengatakan pada awal perkembangan seorang anak tidak dapat sepenuhnya mengerti tentang nilai sikap serta harapan-harapan kedua orangtua. Dalam suatu keluarga, orangtua diharapkan dapat mengkomunikasikan hal ini kepada anak-anaknya. Melalui aturan-aturan dalam rumah tangga. Orangtua sebagai pemimpin dalam sebuah keluarga diharapkan dapat meluangkan waktunya untuk selalu berkomunikasi dengan anak-anaknya.<sup>162</sup>

Gunarsa mengatakan bahwa memasuki masa kanak-kanak awal, seorang anak mulai melihat dunia sekitarnya, menciptakan relasi dengan teman sebaya, bermain dengan teman seusia, membuka sosialisasi baru dan disinilah peran orangtua banyak dibutuhkan. Komunikasi antara orangtua dan anak sangat membantu perkembangan anak selanjutnya.

Dengan komunikasi terbuka dan baik antara anggota keluarga berpengaruh terhadap menurunnya perilaku agresif, kenakalan dan meningkatnya prestasi anak. Bentuk komunikasi terbuka dan hubungan baik antara remaja dan orangtuanya dapat menjadi *buffer* atau penyaringan serta perlindungan anak dari lingkungan luar yang negatif.<sup>163</sup>

Komunikasi dan kasih sayang tetap jadi kata kunci, juga sentuhan dan ketulusan, yang semuanya tidak membutuhkan dana. Usai bekerja jadikan menit pertama fokus utama untuk anak. Jika pedoman dari orangtua cukup kuat, ketika masuk lingkungan yang baru mereka akan dapat memfilternya. Komunikasi terbuka tentu juga dengan kasih sayang. Biasanya usia 12 tahun saat remaja awal, orangtua harus memposisikan sebagai teman bicara atau curhat. Jika orangtua mampu menempatkan posisinya sebagai teman sebaya mereka, tentu akan sangat nyaman bagi si anak berbicara dengan orangtuanya.

Dalam kaitan ini, Grisanti menyatakan bahwa komunikasi keluarga yang efektif dapat dicapai melalui beberapa langkah.<sup>164</sup> *Pertama*, pernyataan; yaitu kemampuan orangtua menyampaikan pernyataan kepada anak akan membuatnya mengerti dan

---

<sup>162</sup>S. Gunarsa, *Psikologi Untuk Keluarga* (Jakarta: Gunung Mulia, 1987), h. 45.

<sup>163</sup>Herien, *Rasa Ingin Tahu Diakui Faktor Pemicu Kenakalan Remaja*. [www.Google.com](http://www.Google.com). Diakses 12 April 2014.

<sup>164</sup>Grisanti, *Seni Mendisiplin Anak* (Jakarta: Mitra Utama, 1990), h. 55.

menyadari apa yang dirasakan dan diinginkan orangtua, sehingga mudah diikuti. *Kedua*, Mendengarkan secara reflektif ; kemampuan orangtua mendengarkan anak secara reflektif akan membantu dirinya dalam membaca, memahami dan menyadari apa yang telah diperbuat sehingga mereka sadar untuk mengubah perbuatan salahnya, atau sadar untuk mengoptimalkan perilaku sebenarnya. *Ketiga*, Menerima perasaan; yaitu kemampuan orangtua menerima perasaan anak, berarti ia telah mampu memahami dunia anak. *Keempat*, Menggunakan fantasi; yaitu kemampuan orangtua menggunakan fantasi agar dapat mengarahkan dan menuntun anak melalui fantasi-fantasi yang sesuai dengan dunianya. *Kelima*, Humor; yaitu kemampuan orangtua melakukan komunikasi yang disertai humor, terutama manakala anak sedang dilanda kegelisahan, akan mampu mengembalikan anak pada kondisi normal dan siap menerima pesan-pesan nilai moral dari orangtua.

### 3. Pola Komunikasi dalam Keluarga

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pola diartikan sebagai bentuk (struktur) yang tetap.<sup>165</sup> Sedangkan komunikasi adalah proses penciptaan arti terhadap gagasan atau ide yang disampaikan.<sup>166</sup> Komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami; hubungan; kontak. Dengan demikian, pola komunikasi di sini dapat dipahami sebagai pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.

Komunikasi dalam keluarga dapat berlangsung secara timbal balik dan silih berganti; dari orangtua ke anak atau dari anak ke orangtua serta anak ke anak. Awal terjadinya komunikasi karena adanya pesan yang ingin disampaikan. Siapa yang berkepentingan untuk menyampaikan suatu pesan berpeluang untuk memulai komunikasi. Yang tidak berkepentingan untuk menyampaikan suatu pesan cenderung menunda komunikasi. Komunikasi berpola *stimulus-respons* adalah model komunikasi yang masih terlihat dalam kehidupan keluarga. Komunikasi seperti ini sering terjadi pada saat orangtua mengasuh bayi. Orangtua lebih aktif dan efektif memberikan stimulus

---

<sup>165</sup>Departemen Pendidikan Dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* ( Jakarta: Balai Pustaka, 1990), h. 692.

<sup>166</sup>Effendy, *Ilmu, Teori*, h. 28.

(rangsangan), sementara bayi berusaha memberikan respon (tanggapan). Komunikasi berpola stimulus-respon berbeda dengan komunikasi berpola interaksional. Dalam komunikasi sama-sama aktif dan kreatif dalam menciptakan arti terhadap ide atau gagasan yang disampaikan via pesan, sehingga jalannya komunikasi terkesan lebih dinamis dan komunikatif. Pola komunikasi yang akan memengaruhi pola asuh orangtua. Dengan pola komunikasi yang baik diharapkan akan tercipta pola asuh yang baik.

Hasil penelitian telah membuktikan bahwa betapa pentingnya pola asuh orangtua dalam keluarga dan upaya untuk mendidik anak. Kegiatan pengasuhan anak akan berhasil dengan baik jika pola komunikasi yang tercipta didasarkan atas cinta dan kasih sayang dengan memposisikan anak sebagai subjek yang harus dibina, dibimbing dan dididik, serta bukan hanya sebagai objek semata.

Pola komunikasi dalam keluarga adalah suatu kegiatan yang pasti terjadi dalam kehidupan keluarga. Tanpa komunikasi, sepihah kehidupan keluarga dari kegiatan berbicara, berdialog, bertukar pikiran, dan sebagainya. Akibatnya kerawanan hubungan antara anggota keluarga pun sukar untuk dihindari. Oleh karena itu, komunikasi antara suami dan istri, komunikasi antara ibu dan anak serta komunikasi antara anak dan anak, perlu dibangun secara harmonis dalam rangka membangun pendidikan yang baik dalam keluarga.<sup>167</sup>

Alquran banyak berbicara mengenai komunikasi dalam keluarga. Di antaranya terdapat dalam Surah: 4 ayat 8-9; 33 ayat 70 dan 17 ayat 23. Ada tiga pola atau model komunikasi yang ditawarkan Alquran berkaitan dengan komunikasi yang seharusnya dilakukan di dalam keluarga. Ketiga pola tersebut yaitu; *Qaulan-Ma'rufa*, *Qaulan-Sadida*, *Qaulan-Karima*.

### **1. *Qaulan Ma'rufa***

Kata *ma'ruf* itu sendiri berasal dari akar kata *ō'arafa*” berarti mengetahui, boleh, bisa. Dalam bentuk *isim maf'ul* bermakna *al-khair*, *al-ihsan*, *al-rizq*, *ma'rufa* dimaknakan sebagai perangai yang baik. Al-Maraghi mengartikannya

---

<sup>167</sup>Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), h. 133.

dengan berbicara dengan lemah lembut dan kasih sayang, tidak kasar. Secara bahasa *Ma'rufa* adalah baik dan diterima oleh nilai-nilai yang berlaku di masyarakat. Ucapan yang baik adalah ucapan yang diterima sebagai sesuatu yang baik dalam pandangan masyarakat lingkungan penutur.<sup>168</sup>

Apabila dilihat dari konteks ayat Alquran menggunakan kalimat tersebut dalam konteks peminangan, pemberian wasiat dan waris karena itu *Qaulan Ma'rufa* mengandung arti ucapan yang halus sebagaimana ucapan yang disukai perempuan dan anak-anak pantas untuk diucapkan oleh maupun untuk orang yang diajak bicara.

Hamka memaknai *Qaulan Ma'rufa* sebagai ucapan bahasa yang sopan santun, halus penuh penghargaan. Dan ketika menafsirkan kata *Qaulan Ma'rufa* pada (Q.S. 17: 23) dalam konteks komunikasi dengan orangtua diartikan ucapan yang khidmat, dasar budi kepada orangtua. Sedangkan ketika menafsirkan kalimat tersebut dalam Q.S.33: 32, beliau menafsirkannya sebagai kata-kata yang pantas.<sup>169</sup>

Sementara Buruswi menyebutkan *Qaulan Ma'rufa* sebagai ungkapan bahasa yang baik dan halus seperti ucapan seorang laki-laki kepada perempuan yang akan dipersuntingnya.<sup>170</sup> Sementara at-Tabari menyebutkan *Qaulan Ma'rufa* mengandung nada optimis (harapan) dan doa. Dalam bagian lain ia menyebutkan *Qaulan Ma'rufa* mengandung arti ucapan yang dibolehkan yang indah, baik dan benar.<sup>171</sup>

As-Siddiqi menyebutnya sebagai perkataan yang baik, yaitu kata-kata yang tidak membuat orang lain atau dirinya merasa malu.<sup>172</sup> Senada dengan itu Khazin menyebutkan *Qaulan Ma'rufa* sebagai perkataan yang baik, benar, menyenangkan dan disampaikan dengan tidak diikuti oleh celaan dan cacian.<sup>173</sup> Sementara al-Jauhari mengartikannya sebagai ucapan yang sesuai dengan hukum dan ketentuan akal yang sehat (logis).<sup>174</sup>

---

<sup>168</sup>M. Quraisy Shihab, *Membumikan Alquran* (Bandung: Mizan, 1985), h. 125.

<sup>169</sup>Hamka, *Tafsir Al-Azhar*, Juz 22 (Jakarta: Bulan Bintang, 1987), h. 242.

<sup>170</sup>Ismail Al-Buruswi, Terj. *Tafsir Ruh al-Bayan*, Juz 22 (Bandung: CV. Diponegoro, 1996), h. 504.

<sup>171</sup>Al-Thabari, *Jami' al-Bayan 'an Ta'wili Ayi Alquran*, Juz 22 (Beirut: Dar al-Fikr, 1988), h. 3.

<sup>172</sup>Hasbi As-Siddiqi, *Tafsir Al-Bayan*, (Bandung: Al-Ma'arif, 1977), h. 258.

<sup>173</sup>Al-Khazin, *Tafsir Al-Qhazim*, (Beirut: Dar Al-Fikr, 1956), h. 203-204.

<sup>174</sup>Tantawi Jauhari, *Al-Jawahir fi Tafsir Alquran al-Karim*, Juz II (Mesir: Mustafa al-Babi al-Abi wa Auladuh, 1350 H.), h. 10.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Qaulan Ma'rufa* berarti mengandung arti perkataan yang baik, yaitu perkataan yang sopan, halus, baik, indah, benar, penuh penghargaan, dan menyenangkan, serta sesuai dengan kaidah hukum dan logika. Dalam pengertian di atas tampak bahwa perkataan yang baik itu adalah baik dalam arti, bahasa yang digunakan yaitu bahasa yang dapat dipahami oleh orang yang diajak bicara dan diucapkan dengan cara pengungkapan yang sesuai dengan norma dan diarahkan kepada orang (objek) yang tepat.

## 2. *Qaulan Sadida*

Perkataan *Qaulan Sadida* diungkapkan Alquran dalam konteks pembicaraan mengenai wasiat. HAMKA menafsirkan *Qaulan Sadida* berdasarkan konteks ayat, yaitu dalam konteks mengatur wasiat. Untuk itu orang yang memberi wasiat harus menggunakan kata-kata yang jelas dan jitu, tidak meninggalkan keragu-raguan bagi orang yang ditinggalkan. Sedangkan ketika beliau menafsirkan *Qaulan Sadida* pada (Q.S. 33: 70 (juz 22: 109) adalah ucapan yang tepat yang timbul dari hati yang bersih, sebab ucapan adalah gambaran dari apa yang ada di dalam hati. Orang yang mengucapkan kata-kata yang dapat menyakiti orang lain menunjukkan orang itu memiliki jiwa yang tidak jujur<sup>175</sup>. Rahmat mengungkap makna *Qaulan Sadida* dalam arti pembicaraan yang benar, jujur, lurus. Tidak bohong tidak berbelit-belit.<sup>176</sup> Senada dengan itu at-Thabari menambahkan makna *Qaulan Sadida* dengan kata adil.<sup>177</sup>

Al-Maraghi melihat konteks ayat yang berkisar tentang para wali dan orang-orang yang diwasiati, yaitu mereka yang dititipi anak yatim, juga tentang perintah terhadap mereka agar memperlakukan anak-anak yatim dengan baik berbicara kepada mereka sebagaimana berbicara kepada anak-anaknya, yaitu dengan halus, baik dan sopan lalu memanggil mereka dengan sebutan yang bernada kasih sayang.<sup>178</sup>

---

<sup>175</sup>Hamka, *Tafsir*, h. 274.

<sup>176</sup>Rahmat, *Islam*, h. 77.

<sup>177</sup>Al-Thabari, *Jami'*, h. 273.

<sup>178</sup>Al-Maraghi, *Tafsir al-Maraghi*, Juz 3 (Mesir: Dar al-Ihya' al-Kutub al-'Arabiyyah, 1943), h. 64.

Al-Buruswi menyebutkan *Qaulan Sadida* dalam konteks tutur kata kepada anak-anak yatim yang harus dilakukan dengan cara yang lebih baik dan penuh kasih sayang seperti kasih sayang kepada anak sendiri.<sup>179</sup>

Memahami pandangan para ahli tafsir di atas dapat diungkapkan bahwa *Qaulan Sadida* dari segi konteks ayat mengundang makna kekhawatiran dan kecemasan seorang pemberi wasiat terhadap anak-anaknya yang digambarkan dalam bentuk ucapan-ucapan yang lemah lembut (halus), jelas, jujur, tepat, baik, dan adil. Lemah lembut artinya cara menyampaikan menggambarkan kasih sayang yang diungkapkan dengan kata-kata yang lembut. Jelas mengandung arti terang sehingga ucapan itu tidak ada penafsiran lain. Jujur artinya transparan, apa adanya, tidak ada yang disembunyikan. tepat artinya; kena sasaran, sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, dan sesuai pula dengan situasi dan kondisi. Baik berarti sesuai dengan nilai-nilai, baik nilai moral- masyarakat maupun Ilahiyah, sedangkan adil mengandung arti isi pembicaraan sesuai dengan kemestiannya, tidak berat sebelah atau memihak.

### 3. *Qaulan Karima*

Kata "*Qaulan Karima*" ini disebutkan di dalam Q.S. Al-Isr`a/17: 23, yaitu sebagai berikut;

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا إِمَّا يَبْلِغَنَّٰ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا آفٌ وَلَا  
تَنْهَرُهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا

Artinya: "Dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan "ah" dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia".

Dari segi bahasa "*Qaulan Karima*" berarti perkataan yang mulia. Perkataan yang mulia yaitu perkataan yang memberikan penghargaan dan penghormatan kepada orang

---

<sup>179</sup>Al-Buruswi, *Tafsir*, h. 447.

yang diajak bicara. Kata tersebut diungkapkan oleh Allah dalam Alquran berkaitan dengan sikap terhadap ibu-bapak. Dalam menggambarkan makna “*Qaulan Karima*”, Al-Maraghi mengutip pendapat Ibn al-Musayyab, yaitu seperti perkataan seorang budak yang berdosa di hadapan tuannya yang galak.<sup>180</sup> Katsir menjelaskan makna *Qaulan Karima* dengan arti lembut, baik, dan sopan disertai tata krama, penghormatan dan pengagungan.<sup>181</sup> Dalam Al-Munjid, kata *Karima* diartikan dengan *õshufuhö* (damai, kemaafan). Dirangkaikan dengan kata *qaul*, maka bermakna disukai, fasih dan benar lafaznya dan besar faedahnya. Jadi, *Qaulan Karima* adalah prinsip komunikasi yang menarik, benar dan bermanfaat.

#### 4. Komunikasi di Tengah Masyarakat.

##### 1. *Qaulan Ma'rufa*

Secara bahasa *Ma'rufa* adalah baik dan diterima oleh nilai-nilai yang berlaku di masyarakat. Ucapan yang baik adalah ucapan yang diterima sebagai sesuatu yang baik dalam pandangan masyarakat lingkungan penutur.<sup>182</sup>

Apabila dilihat dari konteks ayat Alquran menggunakan kalimat tersebut dalam konteks peminangan, pemberian wasiat dan waris karena itu *Qaulan Ma'rufa* mengandung arti ucapan yang halus sebagaimana ucapan yang disukai perempuan dan anak-anak pantas untuk diucapkan oleh komunikator maupun untuk orang yang diajak bicara.

Hamka memaknai *Qaulan Ma'rufa* sebagai ucapan bahasa yang sopan santun, halus penuh penghargaan. Dan ketika menafsirkan kata *Qaulan Ma'rufa* pada (Q.S. 17: 23) dalam konteks komunikasi dengan orangtua diartikan ucapan yang khidmat, dasar budi kepada orangtua. Sedangkan ketika menafsirkan kalimat tersebut dalam (Q.S.33: 32), beliau menafsirkannya sebagai kata-kata yang pantas.<sup>183</sup>

---

<sup>180</sup>Al-Maraghi, *Tafsi*, h. 75.

<sup>181</sup>Ibnu Katsir, *Tafsir Ibn Katsir*, (Beirut: Dar al-Fikr, 1410 H.), h. 743.

<sup>182</sup>Shihab, *Membumikan*, h. 125.

<sup>183</sup>Hamka, *Tafsir*, h. 242.



Sementara Buruswi menyebutkan *Qaulan Ma'rufa* sebagai ungkapan bahasa yang baik dan halus seperti ucapan seorang laki-laki kepada perempuan yang akan dipersuntingnya.<sup>184</sup> Sementara at-Thabari menyebutkan *Qaulan Ma'rufa* mengandung nada optimis (harapan) dan doa. Dalam bagian lain ia menyebutkan *Qaulan Ma'rufa* mengandung arti ucapan yang dibolehkan yang indah, baik dan benar.<sup>185</sup>

As-Siddiqi menyebutnya sebagai perkataan yang baik, yaitu kata-kata yang tidak membuat orang lain atau dirinya merasa malu.<sup>186</sup> Senada dengan itu Khazin menyebutkan *Qaulan Ma'rufa* sebagai perkataan yang baik, benar, menyenangkan dan disampaikan dengan tidak diikuti oleh celaan dan cacian.<sup>187</sup> Sementara al-Jauhari mengartikannya sebagai ucapan yang sesuai dengan hukum dan ketentuan akal yang sehat (logis).<sup>188</sup>

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Qaulan Ma'rufa* berarti mengandung arti perkataan yang baik, yaitu perkataan yang sopan, halus, baik, indah, benar, penuh penghargaan, dan menyenangkan, serta sesuai dengan kaidah hukum dan logika. Dalam pengertian di atas tampak bahwa perkataan yang baik itu adalah baik dalam arti, bahasa yang digunakan yaitu bahasa yang dapat dipahami oleh orang yang diajak bicara dan diucapkan dengan cara pengungkapan yang sesuai dengan norma dan diarahkan kepada orang (objek) yang tepat.

## 2. *Qaulan Baligha*

Kata *Qaulan Baligha* terdapat dalam Q.S. An-Nisaø/4: 63, yaitu sebagai berikut ;

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

Artinya : “Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang ada di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari pada mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka”.

---

<sup>184</sup>Al-Buruswi, *Tafsir*, h. 504.

<sup>185</sup>Al-Thabari, *Jami'*, h. 3.

<sup>186</sup>As-Siddiqi, *Tafsir*, h. 258.

<sup>187</sup>Al-Khazin, *Tafsir*, h. 203-204.

<sup>188</sup>Jauhari, *Al-Jawahir*, h. 10.



Kata “*Qaulan Baligha*” menurut Ahmad Musthafa Al-Maraghi bermakna õperkataan yang bekasnya hendak ditanamkan dalam jiwaõ, dalam membahas ayat ini, Al-Maraghi menyebutkan ada tiga hal yang menjadi sikap orang mukmin terhadap orang munafiq, yaitu ;

1. Berpaling dari orang-orang tersebut.
2. Memberikan nasehat dan peringatan yang dapat menyentuh hati.
3. Menyampaikan kata-kata yang berkesan.

Selanjutnya Al-Maraghi mengemukakan, ayat ini membuktikan bahwa Nabi Muhammad SAW. memiliki kemampuan untuk menyampaikan pembicaraan yang menyentuh hati, dan bahwa beliau disertai tugas menyampaikan peringatan dan perkataan yang menyentuh hati itu, karena setiap tempat mempunyai tata cara pembicaraan sendiri.<sup>189</sup>

Kata *õbalighõ* adalah satu akar kata dengan *õbalaghahõ*, suatu kata yang sudah digunakan menjadi nama bagi suatu disiplin ilmu Bahasa Arab, yang pokok bahasannya adalah mengenai fashahah (kefasihan berbicara). Dalam kamus Al-Munjid, dijelaskan bahwa kata itu adalah bentuk tunggal dari *õbulaghaaõ*, bermakna *õfasihõ*. Namun akar katanya adalah *õbalaghaõ*, yang berarti *õsampaiõ*. Menurut Jalaluddin Rakhmat, bila dikaitkan dengan kata *qawl* (ucapan atau komunikasi), maka *õbalighõ* berarti fasih, jelas maknanya, terang, tepat mengungkapkan apa yang dikehendaki. Karena itu, prinsip *Qaulan Baligha* dapat diterjemahkan sebagai prinsip komunikasi yang efektif.<sup>190</sup> Efektifitas komunikasi ini terjadi apabila komunikator menyesuaikan pembicaraannya dengan sifat-sifat khalayak yang dihadapinya. *Qaulan Baligha* mengandung arti pula bahwa komunikator menyentuh khalayaknya pada hati dan otaknya sekaligus sehingga komunikasi dapat terjadi secara tepat atau efektif.

Jadi *Qaulan Baligha* diartikan sebagai pembicara yang fasih jelas maknanya, dan terang, serta tetap mengungkapkan apa yang dikehendakinya. Lebih lanjut, Hamka menyebutkan makna *Qaulan Baliqhan* sebagai ucapan yang sampai pada lubuk hati orang yang diajak bicara, yaitu kata-kata *fasahat* dan *balaqhat* (fasih dan tepat); kata-kata yang membekas dalam hati sanubari. Kata-kata semacam itu, tentu saja adalah kata-kata yang keluar dari lubuk hati sanubari orang yang mengucapkannya.

---

<sup>189</sup>Al-Maraghi, *Tafsir*, h. 95.

<sup>190</sup>Rakhmat, *Islam*, h. 328.

Sementara al-Buruswi memaknai *Qaulan Baligha*, dari segi cara mengucapkannya, yaitu perkataan yang menyentuh dan berpengaruh pada hati sanubari orang yang diajak bicara. Menyentuh hati artinya cara maupun isi ucapan sampai dan terhayati oleh orang yang diajak bicara. Sedangkan berpengaruh kepada hati artinya kata-kata itu menjadikan terpengaruh dan merubah perilakunya. Senada dengan itu, Katsir menyatakan makna kalimat ini yaitu menasehati dengan ungkapan yang menyentuh sehingga mereka berhenti dari perbuatan salah yang selama ini mereka lakukan.

Dari sisi lain As-Siddiqi memaknai *Qaulan Baligha* dari segi gaya pengungkapan, yaitu perkataan yang membuat orang lain terkesan atau mengesankan orang yang diajak bicara. Memahami pemaparan para ahli di atas, *Qaulan Baligha* diartikan sebagai ucapan yang benar dari segi kata. Apabila dilihat dari segi sarana atau ranah yang disentuhnya dapat diartikan sebagai ucapan yang efektif.

### 3. *Qaulan Maisura*

Kata *Qaulan Maisura* terdapat pada Q.S. Al-Isra' /17: 28, yaitu sebagai berikut:

وَأِمَّا تُعْرَضْنَ عَنْهُمْ ابْتَغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُل لَّهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا

Artinya : “Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas”.

Departemen Agama RI mengartikannya dengan ucapan yang pantas, Ar-Raghib al-Isfahani mengartikannya *Qaulan Maisura* dengan pengertian yang mudah (dipahami), sedangkan Ahmad Musthafa Al-Maraghi mengartikannya dengan ucapan yang mudah dan lunak. Ayat ini memberikan suatu rambu etika komunikasi yang tinggi terhadap orang lain bahkan meskipun terhadap orang yang belum mendapat hidayah atau orang yang tidak mau teguh pada hidayah Tuhan, yaitu ucapkanlah kata yang pantas, yang mudah dipahami, dan ucapan yang lembut.

## 5. Komunikasi yang Santun Terhadap Penguasa

### a. *Qaulan Layyina*

Kata “*Qaulan Layyinaö* diungkapkan dalam Alquran sebagai petunjuk kepada Nabi Musa dan saudaranya Harun dalam menghadapi kekuasaan tirani dan kesombongan Fir`aun. Disebutkan dalam Q.S. Thaha/20: 43-44, sebagai berikut;

اَذْهَبَا إِلَىٰ الرِّفْرِ عَوْنِ إِيَّاهُ طَعْفِ قَوْلَا لِقَوْلَا لَيْنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

Artinya : “Pergilah kamu berdua kepada Fir`aun, sesungguhnya dia telah melampaui batas; maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut”.

Kata *layyin* dalam Alquran dipergunakan juga untuk menunjukkan sikap. Hal itu ditemukan dalam Q.S. Ali -Imran/3: 159, Allah menegaskan sikap *layyin* (lemah lembut)-nya Nabi Muhammad SAW. terhadap orang-orang di sekitarnya sebagai rahmat Allah yang dianugerahkan ke dalam hati Nabi.

Al-Munjid mengartikan kata *layn* sebagai lawan (*kontrari*) dari *khosyun* (kasar) atau *shalub* (keras). Raghīb al-Isfahani juga menunjukkan pengertian yang sama yaitu lawan dari kasar. Beliau menyebutkan bahwa kata *ölaynö* digunakan untuk tubuh, namun kemudian dipinjamkan penggunaan maknanya terhadap akhlak. Kata *layn*, dengan demikian dapat dimaknakan sebagai tutur kata yang halus dibarengi dengan budi pekerti yang lembut dan menunjukkan sikap dan kepribadian seseorang.<sup>191</sup>

### c. Perintah Salat pada Pemeluk Agama Islam

Salat adalah salah satu perintah dan juga rukun Islam yang harus dilakukan oleh pemeluk agama Islam ketika mereka sudah baligh baik orang Islam laki-laki ataupun perempuan, dan tidak bisa diwakilkan ketika mereka masih hidup. Tanpa kita sadari ternyata pelaksanaan perintah ini berpengaruh pada kehidupan pelakunya. Di antara pengaruhnya adalah:

- a. Alokasi waktu
- b. Pekerjaan atau kegiatan disesuaikan agar tidak terjadi konflik

---

<sup>191</sup>Jauhari, *Al-Jawahir*, h. 56.

- c. Kebanyakan tempat-temat belanja dan gedung-gedung sarana umum didirikan tempat untuk sholat
- d. Pakaian shalat

#### **d. Perintah Puasa Pada Agama**

Puasa tidak hanya untuk pemeluk agama Islam, ternyata dalam ajaran agama Kristen juga mengenal yang namanya puasa, akan tetapi puasa mereka tidak sama dengan puasa yang dilakukan oleh pemeluk agama Islam, puasa yang dilakukan oleh pemeluk agama Kristen dilakukan kurang lebih sekitar empat puluh hari sebelum atau sesudah hari paskah dengan tidak makan daging, telur, keju, susu, dan tidak merokok. adapun pengaruhnya terhadap pemeluknya di antaranya adalah pengeluaran yang berkurang.

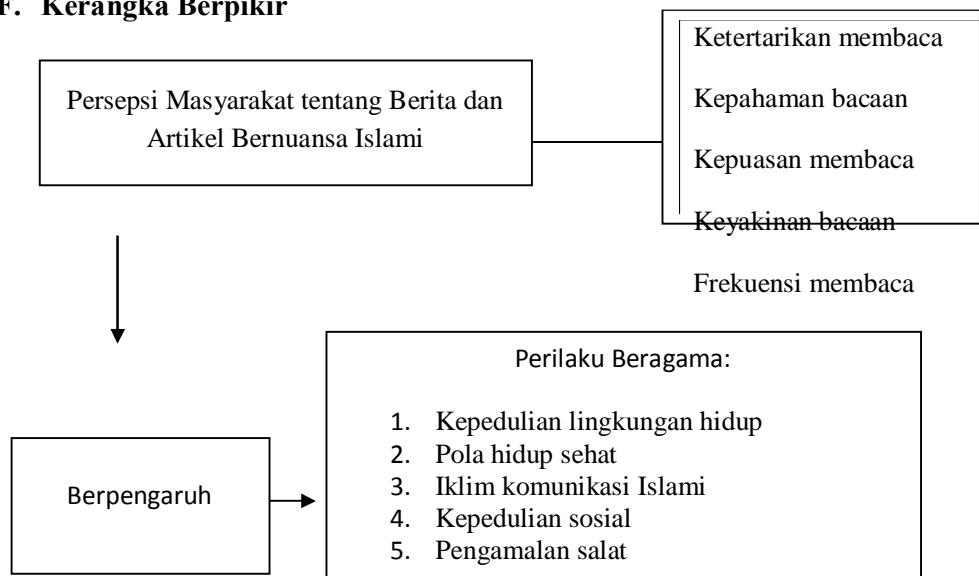
#### **e. Peringatan Hari Besar Terhadap Pemeluk Agama Islam**

Setiap agama mempunyai hari besar yang harus diperingati oleh seluruh pemeluk agama tersebut dan ini berpengaruh pada pemeluk agama tersebut. Adapun pengaruhnya adalah :

- a. Secara umum mereka bisa berkumpul dengan keluarga, sanak saudara, dan handai taulan.
- b. Saling memaafkan atas segala kesalahan
- c. Bertambahnya kebutuhan.

Dari sedikit contoh pengaruh agama di atas dapat kita pahami bahwa agama memang memberikan pengaruh pada pola hidup pemeluknya, dan yang pasti pengaruhnya adalah pengaruh yang positif bukan pengaruh yang negatif, dan jika kita jumpai pelaku agama atau pemeluk agama yang mungkin melakukan perbuatan yang tidak mencerminkan agama mereka itu bukan berarti agama tersebut yang tidak tepat akan tetapi oknum dari pelaku agama tersebut yang tidak mampu melaksanakan aturan agama yang telah ada dan mungkin kita juga pernah melihat ada orang yang ahli ibadah akan tetapi mereka juga ahli dalam melakukan kemunkaran, fenomena seperti ini adalah sesuatu yang sudah biasa terjadi dikalangan masyarakat kita ini karena mereka melakukan aturan agama atau perintah agama yang mereka peluk hanya karena sekedar menggururkan kewajiban atau mungkin hanya karena faktor-faktor kedunian saja.

## F. Kerangka Berpikir



Banyak faktor yang menyebabkan perubahan perilaku beragama seseorang, diantaranya adalah informasi yang mereka terima dari media cetak. Bagaimana persepsi masyarakat tentang berita dan artikel bernuansa Islami sedikit atau banyak akan menyebabkan perubahan perilaku beragama seseorang, misalnya dalam kepedulian lingkungan hidup, pola hidup sehat, iklim komunikasi Islami, dan kepedulian sosial dan ibadah salat.

## G. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Juni Wati Sri Rizki salah seorang dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi IAIN Padangsidimpuan, dengan judul "Kepemilikan Media dan Ideologi Pemberitaan (Kajian Ekonomi Politik Komunikasi Terhadap Kepemilikan Dan Wacana Pembentukan Provinsi Tapanuli Di SuratKabar Harian Waspada dan Sinar Indonesia Baru)"

Peneliti melihat bahwa salah satu wacana yang kontroversial di surat kabar adalah pembentukan Provinsi Tapanuli. Tarik-menarik kepentingan antar kubu yang pro pembentukan dan kubu yang kontra tampil dalam teks berita untuk menjelaskan persoalan tersebut digunakan pendekatan kritis melalui teori ekonomi politik komunikasi Vincen Mosco, Analisis Wacana Kritis Fairclough dan Semiotika Versi Rolland Barthes sebagai pisau analisis terhadap konteks pemberitaan di surat kabar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perbedaan ideologi yang mendasar antara *waspada* dengan *sinar Indonesia baru* (SIB) yang mendasari penolakan dan dukungannya terhadap pembentukan provinsi tapanuli. *Waspada* memprestasikan: (a) pembetulan protap dipaksakan; (b) pendukung protap sebagai tindak pelaku kekerasan; (c) kecurigaan terhadap keterlibatan elite politik; dan (d) keraguan terhadap proses demokrasi dan hukum. Sedangkan SIB memprestasikan: (a) pembentukan protap dibutuhkan masyarakat (b) pendukung protap pejuang; (c) simpati elite politik; dan (d) ketidakadilan proses demokrasi dan hukum. *waspada* dan *SIB* menggunakan institusi medianya untuk menyuarakan kepentingan politik pemiliknya. Keyakinan agama pemilik media memengaruhi pandangan kedua media. Kekuasaan ekonomi dan politik pemilik media menentukan arah pemberitaan. Secara politik, pemilik media menggunakan kekuatannya untuk membentuk wacana dan menjamin kerjasama dengan partai politik. *Waspada* bekerjasama dengan partai Golkar, sedangkan *SIB* bekerjasama dengan PPRN serta PDS dan PKDI. Secara ekonomi, pemilik media menggunakan kekuatan modalnya untuk membiayai operasional media untuk meningkatkan oplah dan menjangkau pengiklanan.

Penelitian ini memberikan rekomendasi, di antaranya: (a) perlu dibentuk dan dikembangkan lembaga-lembaga pemberdayaan masyarakat yang bergerak di bidang *media literacy* agar dapat memberikan pendidikan dan meningkatkan pemahaman masyarakat tentang sistem operasional media. (b) perlu dibentuk dan dikembangkan lembaga-lembaga yang bergerak di bidang *media advocacy* agar dapat menjadi pemantau media dan menjadi alat kontrol terhadap kinerja media. (c) pemerintah perlu menetapkan regulasi yang dapat menjamin bahwa

media bekerja sesuai standard jurnalistik serta menetapkan sanksi yang tegas atas pelanggarannya.<sup>192</sup>

Meneth Ginting dalam penelitiannya yang berjudul *Strategi Komunikasi Bagi Para Penyuluh dalam Pembangunan Masyarakat Desa*, menyimpulkan bahwa strategi komunikasi sepatutnya menggunakan pendekatan yang disebut multi media. Oleh karena tidak ada satupun media komunikasi yang terampuh untuk semua tujuan perubahan perilaku. Rencana komunikasi yang baik dengan demikian hendaklah menggunakan mix media yang tepat guna dan efisien.<sup>193</sup>

Penelitian tentang agenda setting di surat kabar berdasarkan hasil penelitian Syukur Kholil, yang berjudul *Liputan Agensi Berita Nasional tentang Dunia Islam dalam surat kabar-surat kabar Indonesia*, menyimpulkan bahwa akibat ketidakmampuan surat kabar surat kabar Indonesia meliputi sendiri peristiwa yang terjadi di dunia Islam menyebabkan sebagian besar surat kabar Indonesia menggantungkan diri dari hasil liputan agensi agensi berita Barat. Selain itu terdapat beberapa artikel tentang dunia Islam yang memang ditulis oleh para kolumnis surat kabar bersangkutan.<sup>194</sup>

Menyangkut media yang memberikan efek terhadap individu atau khalayak telah lama menjadi bahan kajian para peneliti komunikasi. Joseph Klapper, melakukan penelitian yang berjudul *The Effect of Mass Communication*, kemudian membangun sebuah proposisi yang mengatakan bahwa terdapat efek positif pemberitaan media terhadap perubahan masyarakat. Namun sejumlah efek media yang telah dibahas oleh para peneliti sebelumnya menunjukkan gagasan sosialisasi mencakup unsur pengendalian sosial serta beberapa kecenderungan penentuan realitas yang menguntungkan tatanan sosial yang ada.<sup>195</sup> Dengan demikian, efek media masih dipandang dari perspektif jenis dan belum dinilai dalam hubungannya dengan tujuan, yakni untuk mengetahui siapa yang melakukan apa, untuk siapa dengan tujuan apa.

---

<sup>192</sup> Juniwati Sri Rizki, *Kepemilikan Media Dan Ideologi Pemberitaan (kajian ekonomi politik komunikasi terhadap kepemilikan dan wacana pembentukan provinsi tapanuli di Surat kabar harian waspada dan sinar Indonesia baru)*, (Bandung: UNPAJ, 2013).

<sup>193</sup> Meneth Ginting, *Strategi Komunikasi bagi Para Penyuluh dalam Pembangunan Masyarakat Desa* (Medan: Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian USU, 2002).

<sup>194</sup> Syukur Kholil, *Liputan Agensi-Agensi Berita Internasional tentang Dunia Islam dalam Surat kabar Surat kabar Indonesia* (Medan: Fakultas Dakwah IAIN-SU Medan, 1999).

<sup>195</sup> Joseph T. Klapper, *The Effect of Mass Communication* (Glance, Ills Free Press, 1960).



Penelitian Faizatun Nadzifah dengan judul *Pesan Dakwah Dosen Dakwah STAIN Kudus Dalam Surat Kabar Harian Radar Kudus*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa dakwah merupakan suatu proses penyampaian ajaran Islam dilakukan secara sadar dan sengaja, yang bersifat menyeru atau mengajak kepada oranglain untuk mengamalkan ajaran Islam. Dakwah adalah usaha meningkatkan pemahaman keagamaan untuk mengubah pandangan hidup, sikap batin dan perilaku umat yang tidak sesuai menjadi sesuai dengan tuntunan syariat untuk memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.<sup>196</sup>

Dengan demikian, dapat dirumuskan bahwa dakwah ialah memengaruhi orang lain agar bersikap dan bertingkah laku seperti apa yang diserukan oleh da'i. Islam menegaskan setiap Muslim sesungguhnya adalah juru dakwah yang mengemban tugas untuk menjadi teladan moral ditengah masyarakat. Tugas dakwah yang demikian berat dan luhur itu mencakup dua aspek yaitu : *Amar ma'ruf* (mengajak kebaikan) dan *Nahi Munkar* (mencegah kemungkaran). Jika seluruh Muslim menyadari hal ini selayaknya krisis moral yang merebab dikalangan masyarakat sedikit demi sedikit akan tereliminasi.

Para dosen STAIN Kudus berdakwah melalui media cetak surat kabar Harian Radar Kudus agar para mahasiswa tertarik untuk membaca dan mendapat wawasan yang luas tentang isu-isu yang terjadi di lingkungan sekitar. Karena di sini para dosen STAIN Kudus menulis atau berdakwah sesuai dengan kejadian yang ada dilingkungan sekitar. Pada waktu maraknya bom bunuh diri yang dilakukan oleh para teroris, maka yang diterbitkan tentang kejadian bom bunuh diri, ketika ada kekerasan orangtua pada anaknya maka yang diterbitkan kekerasan orangtua kepada anaknya, dan masih banyak lagi kejadian-kejadian lain yang diterbitkan oleh para dosen STAIN Kudus.<sup>197</sup>

Dari berbagai studi yang pernah dilakukan peneliti sebelumnya, jelaslah terlihat bahwa penelitian ini memiliki kepentingan untuk mengungkapkan penentuan agenda berita dan artikel bernuansa Islam surat kabar harian Medan pengaruhnya pengaruhnya terhadap perilaku masyarakat Kota Binjai. Sehingga hasil penelitian ini diharapkan

---

<sup>196</sup>Faizatun Nadzifah, *Pesan Dakwah Dosen Dakwah Stain Kudus Dalam Surat kabar Harian Radar Kudus*, dalam Jurnal at-Tabsyir, Volume 1, Nomor 1, Januari-Juni 2013, h.109-126.

<sup>197</sup>Nadzifah, *Pesan Dakwah*, h. 109-126.



memberitahukan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan keilmuan komunikasi Islam maupun jurnalistik keagamaan.

## H. Hipotesis

Sesuai dengan perumusan masalah, tujuan penelitian, dan penelitian terdahulu yang relevan yang dikemukakan di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Persepsi masyarakat tentang berita bernuansa Islam di surat kabar harian terbitan Medan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku beragama (kepedulian lingkungan hidup, pola hidup sehat, iklim komunikasi Islami, kepedulian sosial, dan pengamalan salat) masyarakat Kota Binjai.
2. Persepsi masyarakat tentang artikel bernuansa Islam di surat kabar harian terbitan Medan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku beragama (kepedulian lingkungan hidup, pola hidup sehat, iklim komunikasi Islami, kepedulian sosial, dan pengamalan salat) masyarakat Kota Binjai.
3. Persepsi masyarakat tentang berita dan artikel bernuansa Islam di surat kabar harian terbitan Medan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku beragama (kepedulian lingkungan hidup, pola hidup sehat, iklim komunikasi Islami, kepedulian sosial, dan pengamalan salat) masyarakat Kota Binjai.



Penelitian										
Ujian Tertutup									*	
Perbaikan Ujian Tertutup									****	
Ujian Terbuka										*
Perbaikan Ujian Terbuka										***

## B. Pendekatan Penelitian

Berdasarkan bidang keilmuan, penelitian ini adalah penelitian lapangan yang dilakukan untuk melihat pengaruh persepsi masyarakat tentang berita dan artikel bernuansa Islam terhadap perilaku beragama masyarakat di Kota Binjai. Jenis penelitian ini tergolong penelitian kuantitatif yang bersifat korelasional, yakni penelitian yang berusaha menghubungkan atau mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain. Untuk mengetahui besarnya hubungan variabel bebas (persepsi masyarakat tentang berita dan artikel bernuansa Islam), dengan perilaku beragama masyarakat, dilakukan pengujian statistik, yaitu untuk membantu peneliti melakukan generalisasi secara akurat. Berdasarkan data empirik yang dikumpulkan, dilakukan pendekatan kuantitatif sebagai pendekatan yang digunakan di dalam penelitian.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian. Dengan kata lain populasi adalah keseluruhan unit yang dilengkapi dengan ciri-ciri permasalahan yang diteliti.<sup>198</sup> Populasi dalam mencari jawaban terhadap rumusan masalah pertama dalam penelitian ini adalah seluruh surat kabar harian terbitan Medan yang beredar di Kota Binjai. Surat kabar harian terbitan Medan yang beredar di Binjai ada 16 surat kabar, yaitu; Harian Waspada, Harian Analisa, Harian Mimbar Umum, Harian Sinar Indonesia Baru, Harian Medan Bisnis, Harian Medan Pos, Harian Top Metro, Harian Posmetro Medan, Harian Tribun Medan, Harian Sumut Pos, Harian Andalas, Harian Global, Harian Sumut 24, Harian Sumut 24 Jam, Harian Mandiri, dan Harian Gaya Medan.

<sup>198</sup>Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 1983), h. 102.

Jumlah penduduk Kota Binjai yang beragama Islam adalah 223.528 jiwa<sup>199</sup>. Jumlah tersebut terdistribusi pada 5 kecamatan sebagai berikut:

Tabel 2  
Distribusi populasi penelitian

Nomor	Nama Kecamatan	Populasi	%
1	Binjai Selatan	43.969	19,67 %
2	Binjai Kota	27.405	12,26 %
3	Binjai Timur	48.975	21,91 %
4	Binjai Utara	63.930	28,60 %
5	Binjai Barat	39.252	17,56 %
	Jumlah	223.528	100 %

Populasi untuk mencari jawaban terhadap rumusan masalah kedua, ketiga, dan keempat dalam penelitian ini adalah seluruh umat Islam di Kota Binjai yang dipilih berdasarkan wilayah, yaitu Kecamatan Binjai Utara, Kecamatan Binjai Kota, Kecamatan Binjai Timur, Kecamatan Binjai Selatan dan Kecamatan Binjai Barat. Jumlah penduduk kelima Kecamatan yang menjadi populasi sebanyak 233.528 orang<sup>200</sup>.

## 2. Sampel

---

<sup>199</sup>BPS Kota Binjai tahun 2016.

<sup>200</sup>BPS Kota Binjai tahun 2016.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dipandang mewakili populasi untuk dijadikan sebagai sumber data atau sumber informasi dalam suatu penelitian.<sup>201</sup> Mengingat keterbatasan kemampuan peneliti, baik dari segi dana, waktu dan tenaga, maka secara purposif hanya ditentukan dua surat kabar terbitan Medan sebagai sampel kajian, yaitu surat kabar harian Waspada dan harian Analisa. Kedua surat kabar tersebut dipandang sudah dapat mewakili surat kabar terbitan Medan secara keseluruhan, baik dari segi isi, perwajahan maupun dari segi penekanan pada berita dan artikel yang bernuansa Islam dan dari keseluruhan harian surat kabar yang beredar di Kota Binjai, surat kabar Waspada dan Analisa yang sangat *concern* memuat berita-berita dan artikel yang bernuansa Islam terutama dihari Jumat.

Kemudian dari kedua surat kabar tersebut secara sistematis diambil sampel masing-masing 13 kali terbitan pada setiap hari jumat. Dengan perincian masing-masing 4 kali terbit di bulan Februari, 4 kali terbit di bulan Maret dan 5 kali terbit di bulan April sehingga jumlah sampel secara keseluruhan adalah 26 kali terbitan. Hal ini dikarenakan sudah memadai untuk diteliti baik dari segi isi, perwajahan maupun penekanan pada berita dan artikel yang bernuansa Islam.

Untuk mendapatkan sampel penduduk Kota Binjai digunakan tabel Cohen dengan tingkat keyakinan 95% pada *alpha* 0,05. Pada tabel tersebut dengan populasi antara 200.000 sampai dengan 250.000 orang, jumlah sampelnya adalah 599 orang.<sup>202</sup>

Distribusi sampel penelitian sebagai berikut :

Tabel 3

Distribusi Sampel Penelitian

Nomor	Nama Kecamatan	Sampel (n)	%
1	Binjai Selatan	118 orang	19.67 %

<sup>201</sup>Syukur Kholil, *Metodologi Penelitian Komunikasi* (Bandung: Citapustaka Media, 2006), h. 37.

<sup>202</sup>Cohen Luis, Lawrence Manion dan Keith Morrison, *Research Methods in Education*, (Oxon, Routledge, 2007), h. 104.

2	Binjai Kota	74 orang	12.26 %
3	Binjai Timur	131 orang	21.91 %
4	Binjai Utara	171 orang	28.60 %
5	Binjai Barat	105 orang	17.56 %
	Jumlah	599 orang	100 %

Untuk mendapatkan sampel, digunakan dua teknik. Pertama, teknik *purposif sampling* (sampling bertujuan)<sup>203</sup> digunakan untuk menentukan dimana banyak kabar terdapat masyarakat yang membaca surat kabar. Lokasi yang dimaksud antara lain: perkantoran, warung kopi, keluarga yang berlangganan dan kampus dan sekolah yang berlangganan surat kabar serta tukang pangkas. Kedua, teknik *purposif sampling*, digunakan setelah ditentukan responden yang banyak membaca surat kabar, selanjutnya mereka dipilih untuk memenuhi jumlah sampel per wilayah kecamatan tersebut.

#### D. Sumber Data

Penelitian ini mengandalkan sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer adalah berita dan artikel bernuansa Islam dari surat kabar harian Waspada dan Analisa yang diteliti serta jawaban kuesioner dari masyarakat Kota Binjai pembaca surat kabar yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Sedangkan sumber data sekunder diperoleh dari buku-buku, jurnal, hasil penelitian maupun literatur yang relevan dengan pembahasan yang diteliti.

#### E. Definisi Operasional

---

<sup>203</sup>Syukur Kholil, *Metodologi Penelitian Komunikasi* (Bandung: Citapustaka Media, 2006), h. 171.

Agar tidak salah dalam memahami kata-kata kunci pada penelitian ini, perlu diberikan penjelasan terhadap beberapa istilah sebagai berikut:

1. Persepsi masyarakat tentang berita bernuansa Islam di surat kabar harian terbitan Medan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah interpretasi dan pemahaman masyarakat tentang berita-berita dan artikel yang bernuansa Islam di surat kabar harian terbitan Medan dan beredar di Kota Binjai serta di dalamnya ada muatan nilai-nilai ke-Islaman sehingga bisa membentuk perilaku beragama masyarakat.
2. Surat kabar atau koran secara leksikal berarti lembaran-lembaran kertas bertuliskan kabar (berita) dan sebagainya, terbagi dalam kolom-kolom yang terbit setiap hari atau secara periodik.<sup>204</sup> Dalam UU RI No 40 Tahun 1999 tentang media massa, surat kabar dikatakan sebagai instrument media massa nasional, maksudnya adalah sebagai lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik, meliputi : mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah dan menyampaikan informasi dengan menggunakan media cetak yang tersedia.<sup>205</sup>
3. Perilaku beragama merupakan perbuatan atau tindakan dan perkataan seseorang yang sifatnya dapat diamati, digambarkan dan dicatat oleh orang lain ataupun orang yang melakukannya yang berlandaskan nilai-nilai agama, dalam hal ini perilaku yang berkaitan dengan nilai-nilai ke-Islaman.

Selanjutnya untuk memahami makna penelitian dan memberikan batasan objek yang akan dikaji perlu diberi definisi operasional. Objek kajian atau variabel bebas (X) penelitian ini adalah Berita bernuansa Islam, yang mencakup:

1. Artikel bernuansa Islam. Salah satu bentuk isi surat kabar yang bernuansa Islam yang termuat di surat kabar adalah artikel keagamaan. Artikel (article) termasuk dalam kategori tulisan views (pandangan), yakni tulisan yang berisi pandangan, ide, opini, penilaian penulisnya tentang suatu masalah atau peristiwa. Secara teknis jurnalistik, artikel merupakan salah satu opini yang terdapat dalam surat kabar atau majalah.<sup>206</sup>

---

<sup>204</sup>Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1995), ke-4, Edisi ke-2, h. 525.

<sup>205</sup>Departemen Penerangan RI, *Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 1999 Tentang Pers* (Jakarta: Bagian Proyek Peningkatan Publikasi Pemerintah direktoral Publikasi, Ditjen PPG, 1999), h. 3.

<sup>206</sup>Secara garis besar isi halaman surat kabar atau majalah terdiri dari tiga kelompok besar, yaitu berita (*news*), opini (*views*) dan iklan (*advertising*).

Secara leksikal, artikel didefinisikan sebagai karya tulis lengkap di majalah, surat kabar dan sebagainya.<sup>207</sup> Artikel didefinisikan sebagai tulisan lepas berisi opini seseorang yang mengupas tuntas suatu masalah tertentu yang sifatnya aktual dan atau kontroversial dengan tujuan memberitahu (informatif), mempengaruhi dan menyakinkan (persuasif argumentatif), atau menghibur khalayak pembaca (rekreatif). Disebut lepas, karena siapapun pembaca boleh menulis artikel dengan topik bebas sesuai dengan minat dan keahliannya masing-masing. Selain itu, artikel ditulis tidak terikat dengan berita atau laporan tertentu. Boleh ditulis kapan saja, dimana saja dan oleh siapa saja.<sup>208</sup>

Jadi yang dimaksud dengan artikel bernuansa Islam yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu tulisan yang dimuat di surat kabar yang berisi pandangan penulis berkenaan dengan teori, ide atau gagasan tentang Islam. Di antaranya yang terdapat dalam rubrik opini, tajuk rencana, mimbar Jumat, Mimbar Islam, dan *Albayan*.

2. Berita (news) bernuansa Islam, yaitu berita kejadian atau peristiwa tentang Islam dan umat Islam baik di dalam maupun luar negeri yang dimuat atau disiarkan di surat kabar harian terbitan Medan dan beredar di Kota Binjai. Adapun bentuk-bentuk berita tersebut antara lain; kegiatan peringatan hari-hari besar Islam, partai politik bernuansa Islam, berita-berita yang terkait dengan negara-negara Islam, berita-berita yang terkait dengan kegiatan-kegiatan ke-Islaman, berita-berita yang terkait dengan organisasi-organisasi ke-Islaman, berita-berita tentang pendidikan Islam dan berita diseperti organisasi-organisasi Islam yang menyimpang, kegiatan mengenai seni-budaya dan perlombaan-perlombaan (musabaqah) ke-Islaman dan lain-lain yang bernuansa Islam

Variabel terikat (Y) pada penelitian ini adalah perilaku beragama. Dalam hal ini yang dimaksud adalah perilaku beragama yang mencakup :

1. Kepedulian lingkungan, yaitu mencakup kepedulian lingkungan bersih, kepedulian terhadap flora dan fauna.
2. Hidup sehat, yaitu mencakup pola makan sehat, pola hidup sehat
3. Iklim komunikasi Islami, yaitu mencakup sapaan, ucapan dan interaksi dengan mengucapkan istilah Islam.
4. Kepedulian sosial, yaitu mencakup solidaritas sesama muslim, bermasyarakat.

---

<sup>207</sup>Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI, *Kamus Besar*, h. 57.

<sup>208</sup>AS Haris Sumadiria, *Jurnalistik Indonesia*, h. 11.



5. Pengamalan salat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah ketaatan seorang hamba untuk melaksanakan salat fardu lima waktu sehari semalam baik secara sendirian maupun berjamaah, ketaatan untuk melaksanakan ibadah salat sunah, seperti salat sunah rawatib, salat sunah dhuha, dan tahajud.

#### F. Blangko Isian dan Pengukuran Variabel

Untuk menganalisis isi dari isi berita bernuansa ke-Islaman, disiapkan blanko isian sebagai berikut:

Tabel 4

Blangko Isian Analisis Isi

No	Blanko Analisis Isi	
1	Jumlah pemuatan berita dan artikel bernuansa Islam per edisi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Satu s.d. tiga kali</li> <li>2. Empat s.d. enam kali</li> <li>3. Tujuh s.d. sembilan kali</li> <li>4. dst.</li> </ol>
2	Penonjolan berita dan artikel bernuansa Islam	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Halaman depan</li> <li>2. Halaman tengah</li> </ol>
3	Kategori berita dan artikel bernuansa Islam	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Headline</li> <li>2. Biasa</li> </ol>
4	Jenis rubrik berita dan artikel bernuansa Islam	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mimbar Jumat</li> <li>2. Mimbar Islam</li> <li>3. Artikel</li> <li>4. Berita</li> </ol>
5	Materi berita dan artikel bernuansa Islam	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tauhid, ibadah, muamalah</li> <li>2. Syariah dan ekonomi</li> <li>3. Siyasah, sosial dan budaya</li> <li>4. Dst</li> </ol>

Selain menggunakan blanko koding di atas, untuk menjangar data-data yang dibutuhkan dari surat kabar yang diteliti, peneliti juga menggunakan alat pengumpulan data berupa angket/kuisisioner yang ditujukan kepada responden penelitian dengan membuat alternatif jawaban yang dipersiapkan sebelumnya.

Kuesioner yang diberikan dalam rangka mendapatkan data dari dua variabel, yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Untuk mengukur kedua variabel tersebut kisi-kisi instrumen sebagai berikut:

Tabel 5

Variabel Penelitian dan Indikator Pengukuran

Surat Kabar		
Variabel (X)	Sub Variabel	Indikator
Persepsi	1. Berita bernuansa Islam	1. Ketertarikan membaca 2. Kepahaman bacaan 3. Kepuasan membaca 4. Keyakinan bacaan 5. Frekuensi membaca 6. Pengaruh bacaan
	2. Artikel bernuansa Islam	1. Ketertarikan membaca 2. Kepahaman bacaan 3. Kepuasan membaca 4. Keyakinan bacaan 5. Frekuensi membaca 6. Pengaruh bacaan
Variabel Y (Perilaku Beragama)		
Perilaku terhadap Lingkungan (Y1)	Lingkungan bersih	Jasmani di rumah di tempat kerja di lingkungan
	Peduli flora dan fauna	Taman Rumah Hutan
Perilaku Hidup Sehat (Y2)	Memilih makanan	Jenis makanan volume makan

		Waktu makan
	Pengaturan waktu	Kerja Istirahat Keluarga Masyarakat
Perilaku Komunikasi (Y3)	Sapaan	di keluarga di tempat kerja di masyarakat luas
	Ucapan	di keluarga di tempat kerja di masyarakat luas
Perilaku Sosial (Y4)	Kemalangan, fakir miskin musibah sakit, anak yatim, Pesta	di keluarga di tempat kerja di masyarakat luas
	Tanggap bencana	di lingkungan di luar kota di luar negeri
Perilaku Salat (Y5)	Salat lima waktu Salat Berjamaah Salat Sunnah	di rumah di masjid di tempat kerja

Berdasarkan permasalahan pada penelitian dan metode yang digunakan, maka instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah model Skala Likert yang dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan penelitian. Skala Likert adalah alat ukur mengenai sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang gejala sosial. Skala Likert diciptakan dan diperkenalkan oleh Likert.<sup>209</sup> Dalam

<sup>209</sup>Kholil, *Metodologi*, h. 144.

penggunaannya, peneliti lebih dahulu menetapkan secara spesifik variabel-variabel penelitian lengkap dengan indikator-indikator setiap variabel. Indikator-indikator ini kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun instrumen penelitian dalam bentuk pertanyaan atau pernyataan. Jawaban dari setiap pertanyaan atau pernyataan ini mempunyai tingkatan mulai dari sangat positif sampai sangat negatif sebagai berikut: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu (R), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Penggunaan Skala Likert pada penelitian ini digunakan dengan meniadakan pilihan Ragu-ragu (R), alasannya karena Ragu-ragu memiliki makna ganda yaitu berarti belum bisa memberikan jawaban, netral dan ragu-ragu. Adanya jawaban Ragu-ragu menyebabkan responden cenderung akan memilih jawaban tengah untuk mencari aman.<sup>210</sup>

Berdasarkan alasan di atas maka pada penelitian ini pilihan "ragu-ragu" juga ditiadakan sehingga pilihan jawaban adalah :

1. Sangat setuju
2. Setuju
3. Kurang Setuju
4. Tidak setuju

Pada kuesioner digunakan Skala Likert yang diberi alternatif jawaban sebagai berikut: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Kurang setuju (KS), dan Tidak Setuju (TS). Dalam hal ini indikator pengukuran responden dilakukan dengan memberikan bobot terhadap alternatif jawaban yang bergerak dari poin 4, 3, 2, dan 1. Kemudian data sekunder dikumpulkan melalui teknik checklis (membuat catatan-catatan) dari sejumlah data, baik berupa dokumentasi atau literatur-literatur yang mendukung penelitian ini.

## G. Teknik Pengumpulan Data

---

<sup>210</sup>Kriyantono Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), h. 134.

Semua data mengenai berita dan artikel bernuansa Islam di surat kabar harian Analisa dan Waspada selama penelitian berlangsung dihimpun, dikoding dan dianalisis. Data yang dihimpun tersebut meliputi nama surat kabar, frekuensi pemuatan berita bernuansa Islam, penonjolan berita bernuansa Islam (lipatan atas, lipatan bawah), kategori artikel (*headline, biasa*) jenis isi surat kabar bernuansa Islam (berita dan artikel), materi (akidah, ibadah, muamalah). Selain mengumpulkan data melalui surat kabar, peneliti juga menyebarkan kuisioner terhadap responden penelitian untuk memperoleh data mengenai persepsi masyarakat Kota Binjai terhadap berita bernuansa Islam di surat kabar harian terbitan Kota Medan serta bagaimana pengaruhnya terhadap perilaku beragama.

Teknik pengumpulan data adalah suatu cara dengan apa data yang diperlukan itu diperoleh. Teknik pengumpulan data bertujuan untuk memperoleh data yang diinginkan dan selanjutnya data tersebut diolah hasilnya berguna untuk menguji hipotesis atau mengambil suatu kesimpulan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah kuesioner. Sebelum disebarkan kepada responden, sebelumnya kuesioner dilakukan uji coba. Uji coba kuesioner ini dilakukan kepada 30 responden penelitian di luar sampel. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa alat ukur yang akan digunakan itu benar-benar andal untuk mengukur apa yang akan diukur.

## **H. Uji Coba Instrumen dan Hasil Ujicoba**

Instrument penelitian memegang peranan yang sangat penting dan amat besar dalam penentuan kualitas penelitian, maka dalam pengembangan instrumen disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan instrumen penelitian yang memadai yaitu valid dan reliabel sehingga kesimpulan yang dihasilkan pada penelitian ini benar adanya dan betul-betul menggambarkan keadaan yang sebenarnya ditemukan dilapangan.

Ada dua jenis instrumen, yaitu keshahihan instrumen (validitas) dan kehandalan instrumen (reliabilitas). Analisis yang digunakan untuk mengetahui keshahihan dan kehandalan instrumen yang dipakai dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *Alpha Cronbach*.

Untuk mendapatkan instrumen penelitian yang sah, maka sebelum angket disebarakan kepada responden, terlebih dahulu dilakukan uji-coba validitas instrumen kepada 30 orang populasi diluar sampel. Tujuannya adalah untuk mengetahui keandalan angket sebagai alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini. Untuk menentukan validitas butir angket digunakan rumus *product moment* dengan alat Bantu SPSS Ver.17.0.

Kriteria yang berlaku terhadap kevalidan sebuah angket jika angka korelasinya melebihi angka *r tabel*. Angka *r. tabel* pada  $N-2$  (jumlah responden try out dikurang 2) = 28 adalah 0.478 pada tarap signifikan 0.01% dan 0.374 pada tarap 0.05%.

Dari 90 item angket yang ada, dilakukan uji coba terhadap 30 orang, ternyata semua item dinyatakan valid, karena angka *r hitung* nya di atas 0.374 pada tarap 0.05%. Dengan demikian seluruh item pertanyaan dinyatakan valid pada tingkat kepercayaan 0,01%. (hasil uji validitas terlampir). Berdasarkan hasil uji reliabilitas data seluruh angket, menunjukkan angka alpha 0,956. Dengan demikian berarti reliabilitas datanya tergolong tinggi, (hasil uji realibilitas terlampir).

## I. Teknik Analisis Data

### 1. Analisis isi

Semua data mengenai berita dan artikel bernuansa Islam di harian Analisa dan Waspada selama penelitian berlangsung dihimpun, dikoding dan dianalisis. Analisis isi dilakukan terhadap seluruh data deskriptif dalam bentuk tabel yang dihimpun tersebut; meliputi nama surat kabar, frekuensi pemuatan berita bernuansa Islam, penonjolan berita bernuansa Islam (lipatan atas, lipatan bawah), kategori artikel (*headline, biasa*) jenis isi

surat kabar bernuansa Islam (berita dan artikel), materi (akidah, ibadah, muamalah). Kemudian semua data yang berbentuk deskriptif tersebut dianalisis dan diinterpretasikan dengan menggunakan teknik nalisis isi.

## 2. Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan teknik *Chi Kuadrat* ( $\chi^2$ ). Taraf signifikansi yang digunakan sebagai dasar menolak atau menerima keputusan normal atau tindakan suatu distribusi data ditetapkan nilai alpha ( $\alpha = 0.05$ ).

## 3. Uji Linearitas

Untuk membuktikan apakah data variabel bebas memiliki hubungan yang linier dengan variabel terikat, maka dilakukan uji linieritas. Teknik yang digunakan adalah teknik analisis regresi sederhana. Kriteria linier ditunjukkan apabila nilai  $F \text{ tabel} < F_{\text{hitung}}$  pada tarap signifikan  $= 0,05$  atau  $= 0,01$ .

## 4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan tiga cara, yaitu:

- a. *Pearson's Correlation (Product Moment)* dengan rumus :

$$r = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Di mana :

$r$  = koefisien korelasi *Pearson*

$N$  = Jumlah individu dalam sampel

$X$  = Angka mentah untuk variabel  $X$

$Y$  = Angka mentah untuk variabel  $Y$

- b. Regresi linier sederhana dengan rumus:

$$Y = a + bX$$

Di mana :

Y = Variabel terikat

X = Variabel bebas

a = nilai *intercept* (konstan) atau harga Y bila X = 0

b = koefisien korelasi.

Nilai a dihitung dengan rumus :

$$a = \frac{\sum Y(\sum X^2) - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Nilai b dihitung dengan rumus :

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

c. Regresi berganda dengan rumus :

$$Y = a + bX_1 + cX_2 + \dots + kX_k$$

Untuk mempermudah penghitungannya, data yang diperoleh dari lapangan dianalisis dengan menggunakan *Statistical Package for Social Sciences (SPSS) for Windows Versi 17.0*. Analisis data menggunakan kaedah statistik, analisis korelasional *product moment* yang bersumber dari Karl Pearson<sup>211</sup> dan untuk membandingkan hasil data yang diperoleh maka analisis Regresi juga digunakan. Analisis deskriptif digunakan untuk menerangkan persentase serta menyusun data dalam bentuk tabel.

---

<sup>211</sup>Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Contoh Analisis Statistik* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), h. 31.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Lokasi Penelitian

##### 1. Geografis, Administratif dan Kondisi Fisik Kota Binjai

Kota Binjai sebagai salah satu kota di Provinsi Sumatera Utara yang hanya berjarak  $\pm 22$  Km dari Pusat Kota Medan ( $\pm 30$  menit perjalanan), bahkan batas terluar Kota Binjai dengan batas terluar Kota Medan hanya berjarak  $\pm 8$  Km.

Kota Binjai yang memiliki luas 9.023,62 Ha ( $\pm 90,23$  Km<sup>2</sup>) terdiri dari 5 (lima) kecamatan dan 37 (tiga puluh tujuh) kelurahan. Penduduk Kota Binjai berjumlah 265.756 jiwa, terdiri dari 132.817 laki-laki dan 132.939 perempuan dengan kepadatan penduduk 2.898 jiwa/km<sup>2</sup> dan rata-rata 4,34 jiwa per Rumah Tangga (data tahun 2014). Penduduk Binjai terdiri dari berbagai etnis antara lain Melayu, Batak Toba, Batak Mandailing, Batak Karo, Batak Simalungun, Jawa, Banten, Minang, Aceh, Tionghoa dan India dengan pemeluk agama mayoritas Islam dan yang mempunyai kesadaran politik dan keamanan yang cukup tinggi, sehingga mendukung kondisi keamanan yang sangat kondusif.

Kota Binjai sebagai Kota Jasa, Perindustrian, Perdagangan dan Pemukiman telah berupaya memacu laju pertumbuhan Pembangunan yang mendukung Pertumbuhan Pembangunan yang mendukung Pertumbuhan Ekonomi Kota Binjai. Laju pertumbuhan Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Binjai atas dasar harga berlaku tahun 2014 sebesar 11,36 persen. Hal ini menunjukkan peningkatan jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu sebesar 10,81 persen pada tahun 2013.

Laju pertumbuhan ekonomi Kota Binjai atas dasar harga konstan pada tahun 2014 sebesar 5,83 persen. Hal ini menunjukkan penurunan sedikit jika dibandingkan dengan tahun 2013 yaitu sebesar 6,01 persen. Secara umum, tiga sektor yang paling dominan dalam pembentukan total PDRB Kota Binjai adalah sektor perdagangan besar

dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor, diikuti sektor industri dan sektor konstruksi.

Secara umum Kota Binjai terletak pada 3°31'40"LU - 3°40'20"LU dan 98°27'30"BT - 98°32'30"BT. Adapun mengenai batas-batas wilayah administrasi Kota Binjai dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Binjai (Kabupaten Langkat) dan Kecamatan Hamparan Perak (Kabupaten Deli Serdang)
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Sei Bingai (Kabupaten Langkat) dan Kecamatan Kotalimbaru (Kabupaten Deli Serdang)
3. Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Sunggal (Kabupaten Deli Serdang)
4. Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Selesai (Kabupaten Langkat)

Saat ini Kota Binjai, secara administratif memiliki 5 Kecamatan dan 37 kelurahan. Kecamatan Binjai Selatan merupakan kecamatan yang memiliki wilayah paling luas yaitu 29,96 Km<sup>2</sup>, sedangkan wilayah kecamatan yang paling kecil luasnya yaitu Kecamatan Binjai Kota (4,12 Km<sup>2</sup>). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada berikut ini:

**Tabel 6**

**Nama, Luas Wilayah Per Kecamatan Dan Jumlah Kelurahan Kota Binjai**

No	Nama Kecamatan	Jumlah kelurahan	Luas Wilayah	
			(Ha)	(%) Terhadap Total
1	Binjai Selatan	8	2,996	33.20
2	Binjai Kota	7	412	4.57
3	Binjai Timur	7	2,170	24.05
4	Binjai Utara	9	2,359.12	26.15
5	Binjai Barat	6	1,086	12.04

Jumlah	37	9,023	100
--------	----	-------	-----

Sumber : BPS, Binjai Dalam Angka 2011

Kota Binjai termasuk daerah yang beriklim tropis yang memiliki 2 musim yaitu musim hujan dan musim kemarau. Berdasarkan data BPS Kota Binjai dalam angka Tahun 2011, curah hujan bervariasi antar kecamatan, curah hujan tertinggi mencapai 1.070 mm<sup>3</sup> yang terjadi pada bulan Juni, sementara curah hujan terendah hanya mencapai 177,5 mm<sup>3</sup> yang terjadi pada bulan Februari. Selama tahun 2011 rata-rata jumlah curah hujan di Kota Binjai yakni 649,33 mm/tahun. Curah hujan maksimum terdapat di Kecamatan Binjai Utara yaitu 191,083 mm/tahun, sedangkan curah hujan minimum terdapat di Kecamatan Binjai Kota yaitu 96,833 mm/tahun.

Karakteristik fisik dasar Kota Binjai pada umumnya berada pada topografi yang datar yang memanjang dari bagian utara Kota Binjai sampai bagian wilayah selatan Kota Binjai dengan bentang alam yang tidak berbukit, hanya sebagian daerah saja yang memiliki bentang alam berbukit yaitu di wilayah Kota Binjai bagian selatan. Kondisi tersebut diketahui dengan tingkat kemiringan lereng yang landai/datar dan berada di ketinggian berkisar antara 3 sampai 76.5m dpl.

Kota Binjai memiliki dua daerah aliran sungai (DAS). Dimana sebagian besar wilayah bagian barat termasuk kedalam DAS Wampu dan sebagian kecil wilayah daerah Timur termasuk ke dalam DAS Belawan. Kota Binjai dilalui oleh tiga sungai besar yang menjadi sumber air permukaan yaitu Sungai Binjai Marcapada, Sungai Mencirim dan Sungai Bangkatan. Data Daerah Aliran Sungai (DAS) yang melewati kota Binjai dapat dilihat pada **Tabel berikut:**

**Tabel 7**

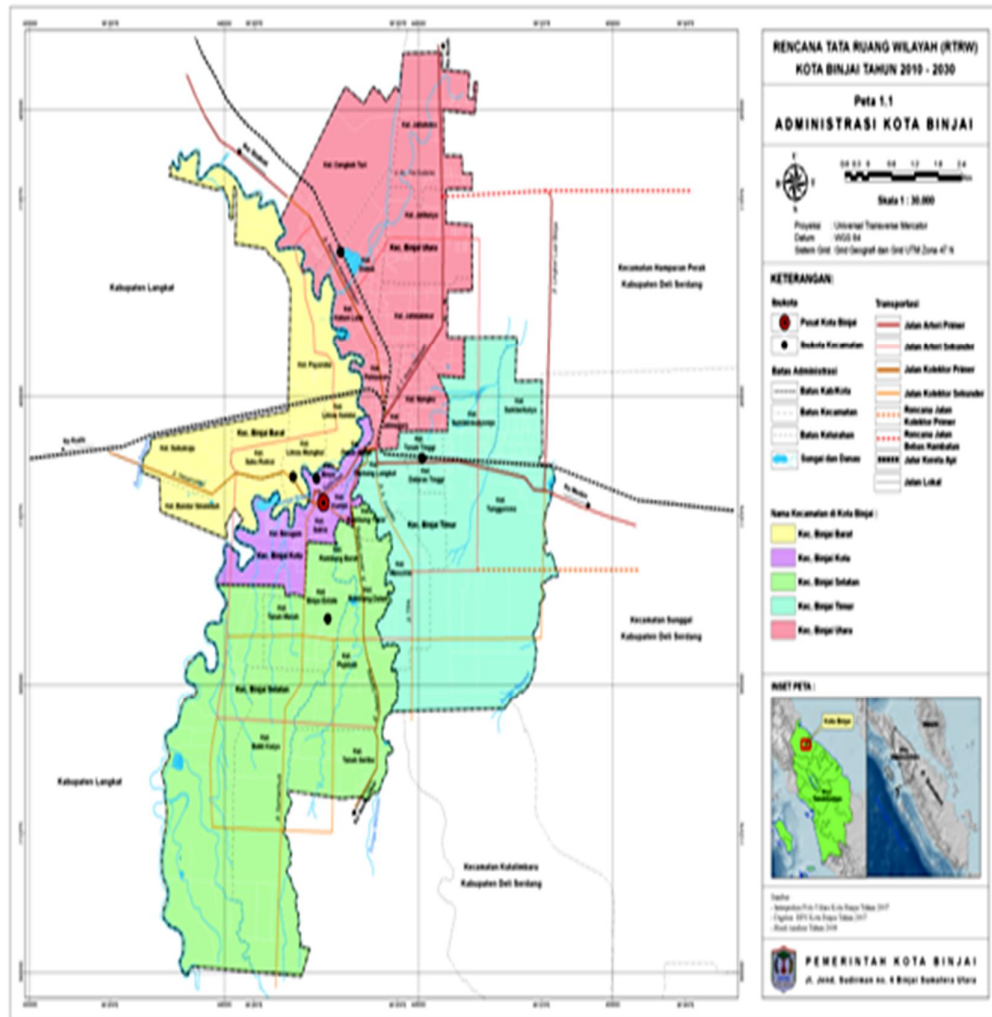
**Daerah Aliran Sungai (DAS) Kota Binjai**

No	Sungai	Panjang (Km)	Luas (Km <sup>2</sup> )	Kawasan	Debit Maks (diambil pada musim penghujan)	DAS
----	--------	-----------------	----------------------------	---------	--	-----

1	S. Bingai	15	150	Binjai Utara	0.7 m <sup>3</sup> /det	Wampu
2	S. Mencirim	15	150	Binjai Utara	0.3 -0.5 m <sup>3</sup> /det	Wampu
3	S. Bangkatan	9	45	Binjai Selatan	0.1 - 0.3 m <sup>3</sup> /det	Wampu
4	Anak Sungai			Binjai Timur		Belawan

Sumber : RTRW Kota Binjai Tahun 2011-2030

### Peta Administratif Kota Binjai



## 2. Demografi

Jumlah penduduk Kota Binjai pada tahun 2009 terdapat sekitar 257.105 jiwa dan meningkat menjadi 246.154 jiwa pada tahun 2010 atau menurun sebesar 10.951 jiwa dengan penurunan rata-rata penduduk sebesar 4,26 % pertahun. Kecamatan yang mengalami pertumbuhan penduduk terbesar selama kurun waktu 5 (lima) tahun di Kota Binjai adalah Kecamatan Binjai Selatan, yaitu rata-rata mengalami laju pertumbuhan penduduk sebesar 2,22 % pertahun, sedangkan kecamatan yang mengalami penurunan

jumlah penduduk terbesar adalah Kecamatan Binjai Kota yang mengalami penurunan penduduk sebesar 3,90 % pertahun.

Pertumbuhan penduduk Kota Binjai di akhir perencanaan ini dihitung dengan menggunakan pertumbuhan penduduk secara geometrik (*geometric rate of growth*), yaitu pertumbuhan penduduk yang menggunakan dasar bunga berbunga (bunga majemuk), dengan rumus:

$$P_n = P_o (1 + r)^n$$

dimana:

$P_n$  = Jumlah penduduk pada tahun  $n$

$P_o$  = Jumlah penduduk pada tahun awal (tahun 2010)

$r$  = Angka pertumbuhan penduduk (0,23 %)

$n$  = Jangka waktu dalam tahun

Untuk lebih jelasnya mengenai data laju pertumbuhan penduduk Kota Binjai dan proyeksi jumlah penduduk Kota Binjai sampai akhir tahun Buku Putih Sanitasi Kota Binjai (tahun 2017), akan dapat terlihat dalam **Tabel 8** berikut ini:

**Tabel 8**  
**Jumlah Penduduk, Kepadatan Penduduk dan Proyeksi**  
**Penduduk Kota Binjai untuk 5 (lima) Tahun**

No	Kecamatan	Tahun				
		2007	2008	2009	2010	2011
	<b>Jumlah Penduduk (Jiwa)</b>					
1	Binjai Selatan	45.208	46.135	46.948	48.423	48.533
2	Binjai Kota	37.232	37.700	38.365	30.190	30.259

3	Binjai Timur	52.280	53.792	54.741	53.926	54.049
4	Binjai Utara	71.698	72.417	73.693	70.392	70.553
5	Binjai Barat	41.383	42.608	43.358	43.223	43.322
	Total	247.801	252.652	257.105	246.154	246.716
<b>Kepadatan Penduduk (Jiwa/Ha)</b>						
1	Binjai Selatan	15	15	16	16	16
2	Binjai Kota	90	91	93	73	73
3	Binjai Timur	24	25	25	25	25
4	Binjai Utara	30	31	31	30	30
5	Binjai Barat	38	39	40	39	40
	Total	27	28	28	27	27
<b>Jumlah KK</b>						
1	Binjai Selatan	11.302	11.534	11.737	12.106	12.133
2	Binjai Kota	9.308	9.425	9.591	7.548	7.565
3	Binjai Timur	13.070	13.448	13.685	13.482	13.512
4	Binjai Utara	17.925	18.104	18.423	17.598	17.638
5	Binjai Barat	10.346	10.652	10.840	10.806	10.831
	Total	61.950	63.163	64.276	61.539	61.679

No	Kecamatan	Tahun Proyeksi				
		2013	2014	2015	2016	2017
		Jumlah Penduduk (jiwa)				
1	Binjai Selatan	49,238	49,420	49,602	49,786	49,970
2	Binjai Kota	30,699	30,812	30,926	31,040	31,155
3	Binjai Timur	54,832	55,035	55,238	55,442	55,647
4	Binjai Utara	71,577	71,841	72,107	72,373	72,641
5	Binjai Barat	43,950	44,112	44,275	44,439	44,603
	Total	250,295	251,220	252,148	253,080	254,015

Sumber : BPS, Binjai Dalam Angka 2011

### 3. Tata Ruang Wilayah

Penataan ruang wilayah Kota Binjai bertujuan untuk mewujudkan kegiatan permukiman skala besar, pusat perdagangan/jasa regional, dan kota industri skala regional dan nasional yang aman, nyaman, berkelanjutan, produktif dengan pertumbuhan ekonomi tinggi. Fungsi dan peranan kawasan - kawasan di Kota Binjai dapat dilihat dari pembentukan pusat - pusat pertumbuhan eksisting saat ini, yaitu terbentuknya Kota Binjai sebagai pusat pertumbuhan regional Mebidang-ro, pusat utama Kota Binjai dan pusat-pusat BWK sebagai sub pusat kota. Pengembangan Pusat Pelayanan di Kota Binjai dibagi dalam :

1. Pusat pelayanan regional, diarahkan di Kecamatan Binjai Utara,  
Pertimbangan pengembangan ditetapkan kawasan ini sebagai pusat pelayanan regional, yaitu :
  - a. Terdapatnya rencana pengembangan Jalan Tol Medan-Binjai,
  - b. Sudah terdapatnya jalan regional/ jalan arteri primer (jalan lingkar Timur Kota Binjai) dan,



- c. Rencana kegiatan Kawasan Industri dan Kawasan penambangan minyak dengan dengan skala regional.
2. Pusat pelayanan Kota (PPK) sebagai kawasan perdagangan dan jasa diarahkan di Kecamatan Binjai Kota, dengan pertimbangan :
  - a Sudah berkembangnya Kecamatan Binjai Kota sebagai pusat kota.
  - b Aksesibilitas yang tinggi dan ketersediaan fasilitas yang sudah memadai.
  - c Pengembangan lebih lanjut dari RTRW 2010.
3. Pusat pemerintahan dan militer Kota Binjai, dikonsentrasikan di Kecamatan Binjai Timur menempati lahan perkebunan yang sudah habis masa berlakunya.
4. Pusat pengembangan kegiatan wisata dan konservasi diarahkan di Kecamatan Binjai Selatan, di kawasan ini akan dikembangkan sebagai pariwisata alam dan agrowisata, perkebunan berfungsi lindung, hutan kota sebagai ruang terbuka hijau kota.
5. Pusat pelayanan BWK/Subpusat pelayanan kota (SPK) diarahkan di pusat-pusat kecamatan yang sudah ada serta pusat-pusat pengembangan baru.

Penentuan Bagian Wilayah Kota (BWK) merupakan suatu langkah awal pada proses penataan pemanfaatan ruang dan struktur wilayah yang akan dilakukan. Maksud pembagian BWK ini adalah sebagai perangkat pengelolaan agar diperoleh kemudahan-kemudahan bagi pengembangannya. Rencana pengembangan pusat pemukiman dilakukan dengan membagi Kota Binjai menjadi 6 (enam) Bagian Wilayah Kota (BWK), yaitu :

1. **BWK-A** terdiri dari **Kecamatan Binjai Utara**, mencakup Kel. Pahlawan, Kel. Jatinegara, Kel. Nangka, Kel. Jati Makmur, Kel. Damai, Kel. Kebun Lada, Kel. Cengkeh Tiri, Kel. Jati Karya dan Kel. Jati Utomo. Pusat kegiatan BWK A/ Subpusat pelayanan kota (SPK A) diarahkan di Kelurahan Damai.
2. **BWK-B** terdiri dari **Kecamatan Binjai Timur**, mencakup Kel. Mencerim, Kel. Tunggurono, Kel. Timbang Langkat, Kel. Tanah Tinggi, Kel. Sumber Mulyorejo, Kel. Dataran Tinggi dan Kel. Sumber Karya. Pusat kegiatan BWK B/ Subpusat pelayanan kota (SPK B) diarahkan di Kelurahan Tunggurono.
3. **BWK-C** terdiri dari **Kecamatan Binjai Kota**, mencakup Kel. Brengam, Kel. Satria, Kel. Setia, Kel. Kartini, Kel. Tangsi, Kel. Binjai dan Kel. Pekan Binjai. Pusat kegiatan BWK C/ Subpusat pelayanan kota (SPK C) diarahkan di Kelurahan Binjai
4. **BWK-D** terdiri dari **Kecamatan Binjai Barat**, mencakup Kel. Bandar Senembah, Kel. Limau Mungkur, Kel. Limau Sundai, Kel. Paya Roba, Kel. Suka Maju dan Kel.

Suka Ramai. Pusat kegiatan BWK D/ Subpusat pelayanan kota (SPK D) diarahkan di Kelurahan Bandar Sinembah.

5. **BWK-E** terdiri dari Kecamatan **Binjai Selatan1** , mencakup Kel. Tanah Merah, Kel. Bhakti Karya dan Kel. Binjai Estate. Pusat kegiatan BWK E/ Subpusat pelayanan kota (SPK E) diarahkan di Kelurahan Bhakti Karya.
6. **BWK-F** terdiri dari Kecamatan **Binjai Selatan 2**, mencakup Kel. Tanah Seribu, Kel. Puji Dadi, Kel. Rambung Barat, Kel. Rambung Dalam dan Kel. Rambung Timur. Pusat kegiatan BWK F/ Subpusat pelayanan kota (SPK F) diarahkan di Kelurahan Puji Dadi.

Adapun pengembangan pusat-pusat di Kota Binjai adalah :

1. Pusat Kota Binjai yang merupakan pusat pengembangan utama dengan orientasi kegiatan berupa pusat perdagangan dan jasa,
2. BWK Binjai Timur (BWK-B) dengan orientasi kegiatan sebagai pusat administrasi pemerintahan, sebagai pintu masuk mobilitas penduduk dari luar wilayah/pusat transit, pengembangan permukiman skala besar.
3. BWK Binjai Utara (BWK-A) sebagai pusat pengembangan kegiatan industri, sebagai Kawasan pertambangan minyak, dan pusat permukiman skala besar.
4. Seluruh BWK, sebagai pusat permukiman.
5. BWK Binjai Barat (BWK-D) sebagai pintu masuk mobilitas penduduk dari luar wilayah/pusat transit, pengembangan permukiman skala besar
6. BWK Selatan (BWK-E dan BWK-F) berfungsi sebagai pusat pengembangan kegiatan wisata, perkebunan, dan jasa lingkungan.

#### 4. Kawasan Lindung

Pola ruang kawasan lindung di wilayah Kota Binjai secara umum bertujuan untuk mencegah timbulnya kerusakan fungsi lingkungan hidup dan melestarikan fungsi lindung kawasan yang memberikan perlindungan kawasan bawahannya, kawasan perlindungan setempat, dan kawasan lindung lainnya, serta menghindari berbagai usaha dan/atau kegiatan di kawasan rawan bencana. Sasarannya adalah untuk:

- Meningkatkan fungsi lindung terhadap tanah, air, iklim, tumbuhan dan satwa, serta nilai budaya dan sejarah bangsa;
- Mempertahankan keanekaragaman hayati, satwa, tipe ekosistem dan keunikan alam.

Strategi pelestarian, perlindungan dan pengelolaan kawasan lindung meliputi:

- a. menetapkan batas-batas kawasan lindung;
- b. melestarikan taman-taman kota dan sempadan-empadan sungai;
- c. memulihkan fungsi kawasan lindung yang mengalami kerusakan dengan reboisasi, konservasi tanah dan air, serta upaya-upaya rehabilitasi;
- d. mengelola hutan lindung, sempadan-empadan sungai, mata air dan taman-taman kota; dan
- e. mengendalikan kawasan lindung dari kegiatan alih fungsi lahan.

Strategi pengembangan RTH kota untuk menunjang fungsi kawasan lindung meliputi:

- a. membangun kawasan yang potensial sebagai jalur hijau pengaman prasarana dalam bentuk garis sempadan sungai dan jalur rel kereta api; dan
- b. membuat RTH kota meliputi hutan kota, jalur hijau kota, taman kota, taman lingkungan, dan sabuk hijau (greenbelt), untuk memenuhi proporsi RTH sekurang-kurangnya 30 (tiga puluh) persen dari luas kota.

Strategi pengelolaan kawasan pertanian dan perkebunan agar dapat berfungsi sebagai resapan air dan RTH kota adalah mempertahankan fungsi, menata, mengendalikan alih fungsi ke fungsi lain kegiatan pertanian dan perkebunan sebagai kawasan resapan air dan RTH kota.

Jenis pemanfaatan ruang kawasan lindung yang terdapat di Kota Binjai terdiri dari: Kawasan perlindungan setempat (kawasan sekitar waduk/danau buatan, sempadan sungai).

Rencana kawasan perlindungan setempat di Kota Binjai terdiri dari sempadan sungai, kawasan sekitar danau buatan, sempadan jalan kereta api. Kriteria dari kawasan sempadan sungai adalah :

- a. Daratan sepanjang tepian sungai bertanggung dengan lebar paling sedikit 5 (lima) meter dari kaki tanggul sebelah luar;

b. Garis sempadan sungai tidak bertanggung di dalam kawasan perkotaan ditetapkan sebagai berikut:

- ✚ Sungai yang mempunyai kedalaman tidak lebih dari 3 m, garis sempadan ditetapkan sekurang-kurangnya 10 m dihitung dari tepi sungai pada waktu ditetapkan;
- ✚ Sungai yang mempunyai kedalaman lebih dari 3 m sampai dengan 20 m, garis sempadan ditetapkan sekurang-kurangnya 15 m dihitung dari tepi sungai pada waktu ditetapkan;
- ✚ Sungai yang mempunyai kedalaman lebih dari 20 m, garis sempadan ditetapkan sekurang-kurangnya 30 m dihitung dari tepi sungai pada waktu ditetapkan.

Daratan sepanjang tepian anak sungai tidak bertanggung di luar kawasan permukiman dengan lebar paling sedikit 50 (lima puluh) meter dari tepi sungai.

Dari hasil perhitungan GIS perkiraan luas kawasan lindung sempadan sungai seluas 204,13 Ha. Adapun rencana sempadan di Kota Binjai adalah sebagai berikut:

- ✚ Sungai Mencirim 15 m.
- ✚ Sungai Bingai 15 m.
- ✚ Sungai Bangkatan 15 m.
- ✚ Sungai-sungai kecil 10 m.

Kriteria untuk kawasan lindung kawasan sekitar danau buatan/bendungan yaitu daratan sepanjang tepian danau buatan/bendungan yang lebarnya proporsional dengan bentuk dan kondisi fisik danau buatan/bendungan antara 50 meter dari bibir danau buatan. Rencana kawasan lindung danau buatan/bendungan direncanakan di daerah yang dapat mencegah banjir tahunan di Kota Binjai yaitu di beberapa lokasi di sepanjang Sungai Bingai. Kebutuhan luas kawasan danau buatan antara 3 sampai 5 Hektar. Total kebutuhan beberapa danau buatan di Kota Binjai diperkirakan hingga 50 Hektar. Jalur Sempadan Jalan Kereta Api yaitu kawasan di sisi kiri dan kanan rel kereta api dengan jarak sekurang-kurangnya 20 meter.

## 5. **Kawasan Cagar Budaya.**

Kawasan cagar budaya merupakan kawasan pelestarian bangunan fisik serta pelestarian lingkungan alami yang memiliki nilai historis dan budaya Kota Binjai. Strategi pelestarian dan perlindungan kawasan cagar budaya yang ditetapkan dari alih fungsi meliputi:

- a. memberikan insentif bangunan tua, bangunan bernilai sejarah dan/atau bernilai arsitektur tinggi, serta potensi sosial budaya masyarakat yang memiliki nilai sejarah; dan
- b. meningkatkan fungsi bangunan tua, bangunan bernilai sejarah dan/atau bernilai arsitektur tinggi, serta potensi sosial budaya masyarakat yang memiliki nilai sejarah sebagai obyek wisata budaya.

Kriteria pengelolaan Kawasan Cagar Budaya :

1. Kriteria kawasan lindung untuk cagar budaya yaitu tempat serta ruang di sekitar bangunan bernilai budaya tinggi dan situs yang mempunyai manfaat tinggi untuk pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Ketentuan tentang penguasaan, pemilikan, pengelolaan dan pemanfaatan benda-benda cagar budaya diatur dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1992 tentang Benda Cagar Budaya
3. Benda Cagar Budaya dan Peraturan Pemerintah Nomor 10 Tahun 1993 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1992 tentang Benda Cagar Budaya
4. Pengelolaan dan perawatan benda cagar budaya dan situs adalah tanggung jawab pemerintah/pemerintah daerah;
5. Setiap orang dilarang mengubah bentuk dan atau warna, mengambil atau memindahkan benda cagar budaya dari lokasi keberadaannya.
6. Fungsi bangunan pada kawasan ini dapat berubah dengan mempertahankan bentuk asli bangunan.

Kawasan pelestarian Cagar Budaya Kota Binjai mencakup kawasan:

- a. Kawasan Pusat Kota Bersejarah. Stasiun Kereta Api Kota Binjai. Kantor WaliKota Binjai. Gedung Kesenian Kota Binjai dan Masjid Raya Kota Binjai dan Keleteng Setia Budha.
- b. Kawasan rumah-rumah tua di sekitar Pasar Tavip dan Jalan HOS. Cokroaminoto.

- c. Bangunan-bangunan Bersejarah.

## 6. Kawasan Budidaya

Kebijakan pengembangan kawasan budi daya meliputi:

- a. perwujudan dan peningkatan keterpaduan dan keterkaitan antar kegiatan budi daya;
- b. pengembangan kegiatan budi daya secara seimbang dan serasi sesuai potensi dan daya dukung wilayah, dengan menekankan pada pengembangan sektor/subsektor unggulan yang mampu memberi nilai tambah ekonomi yang tinggi;
- c. pengendalian perkembangan kegiatan budi daya agar tidak melampaui daya dukung dan daya tampung lingkungan;
- d. pengendalian perkembangan kegiatan budi daya di kawasan-kawasan di kawasan lindung dan cadangan RTH; dan
- e. peningkatan fungsi kawasan untuk pertahanan dan keamanan.

Strategi perwujudan dan peningkatan keterpaduan dan keterkaitan antar kegiatan budi daya meliputi:

- a. mencadangkan lahan untuk pengembangan kawasan pusat pemerintahan Kota Binjai di Kecamatan Binjai Timur;
- b. mengoptimalkan pemanfaatan ruang secara vertikal dan kompak, untuk kegiatan permukiman sekitar kawasan industri dan sekitar kawasan pusat pemerintahan; dan
- c. mengembangkan kegiatan perdagangan dan jasa dengan:
  - 1. mengembangkan kegiatan perdagangan skala regional di pusat kota;
  - 2. memantapkan fungsi pasar-pasar yang telah ada;
  - 3. menyediakan infrastruktur pendukung kegiatan pasar;
  - 4. mengembangkan kawasan perdagangan di setiap subpusat kota;
  - 5. mengembangkan pasar sesuai dengan lingkup pelayanannya; dan
  - 6. menata kegiatan perdagangan informal.

Strategi pengembangan kegiatan budi daya secara seimbang dan serasi sesuai potensi dan daya dukung wilayah, dengan menekankan pada pengembangan

sektor/subsektor unggulan yang mampu memberi nilai tambah ekonomi yang tinggi meliputi:

- a. mencadangkan tanah bagi pengembangan kawasan industri di Kecamatan Binjai Utara karena memiliki nilai strategis nasional sebagai bagian dari pengembangan Mebidangro; dan
- b. memberikan insentif bagi pengembangan kegiatan industri, perdagangan dan jasa skala pelayanan regional dengan pemberian prasarana dasar secara sinergis dan berkelanjutan untuk mendorong pengembangan perekonomian Kota Binjai.

Strategi pengendalian perkembangan kegiatan budi daya agar tidak melampaui daya dukung dan daya tampung lingkungan meliputi:

- a. mencadangkan dan meningkatkan persediaan lahan kota bagi pengembangan fasilitas pelayanan umum yang dikelola Pemerintah melalui penyerahan sebagian dari setiap kawasan yang dikembangkan oleh pengembang kepada pemerintah Kota Binjai untuk dijadikan areal pelayanan umum;
- b. menetapkan ketentuan-ketentuan peraturan zonasi pada masing-masing kawasan budi daya sesuai dengan karakteristiknya;
- c. mitigasi bencana dengan membatasi perkembangan kegiatan budi daya terbangun di kawasan rawan bencana untuk meminimalkan potensi kejadian bencana dan potensi kerugian akibat bencana; dan
- d. melakukan penertiban bagi kegiatan-kegiatan yang tidak sesuai fungsi.

Strategi untuk pengendalian perkembangan kegiatan budi daya di kawasan-kawasan di kawasan lindung dan cadangan RTH meliputi:

- a. mengendalikan perkembangan permukiman di sempadan sungai; dan
- b. mengendalikan perkembangan permukiman di sempadan rel kereta api.

Strategi peningkatan fungsi kawasan pertahanan dan keamanan meliputi:

- a. mengembangkan budi daya secara selektif di dalam dan di sekitar kawasan pertahanan dan keamanan untuk menjaga fungsi pertahanan dan keamanan;
- b. mengembangkan kawasan lindung dan/atau kawasan budi daya tidak terbangun di sekitar kawasan pertahanan dan keamanan sebagai zona penyangga yang memisahkan kawasan pertahanan dan keamanan dengan kawasan budi daya terbangun; dan.

c. membantu memelihara dan menjaga fungsi kegiatan pertahanan/Tentara Nasional Indonesia (TNI).

Jenis pemanfaatan ruang yang tercakup dalam kawasan budidaya perkotaan atau kawasan terbangun kota yang akan dikembangkan di Kota Binjai meliputi :

- Perumahan/Permukiman Perkotaan
- Perdagangan dan jasa
- Pemerintahan dan bangunan umum
- Perindustrian (kawasan industri, zona industri, peruntukan industri dan pergudangan)
- Pariwisata
- Kawasan peruntukan lainnya.

Kawasan strategis kota adalah wilayah yang penataan ruangnya diprioritaskan karena mempunyai pengaruh sangat penting dalam lingkup kota terhadap ekonomi, sosial, budaya, dan/atau lingkungan. Berdasarkan UU No 26 Tahun 2007 Tentang Penataan Ruang, Penetapan kawasan strategis pada setiap jenjang wilayah administratif didasarkan pada pengaruh yang sangat penting terhadap kedaulatan negara, pertahanan, keamanan, ekonomi, sosial, budaya, dan/atau lingkungan, termasuk kawasan yang ditetapkan sebagai warisan dunia. Kebijakan pengembangan kawasan strategis kota meliputi:

- a. pelestarian dan peningkatan fungsi dan daya dukung lingkungan hidup untuk mempertahankan dan meningkatkan keseimbangan ekosistem, dan melestarikan warisan budaya;
- b. pengembangan kegiatan ekonomi regional dan ekonomi kota unggulan sebagai penggerak utama kegiatan ekonomi kota; dan
- c. peningkatan pelayanan pemerintahan kota dan identitas kota.

Strategi pelestarian dan peningkatan fungsi dan daya dukung lingkungan hidup untuk mempertahankan dan meningkatkan keseimbangan ekosistem, dan melestarikan warisan budaya meliputi:

- a. menetapkan kawasan pariwisata Binjai Selatan dan rencana kawasan hutan kota sebagai kawasan strategis berfungsi lindung;



- b. melestarikan situs warisan budaya bangsa dengan menetapkan kawasan cagar budaya *heritage* di beberapa bangunan tua yang terdapat di Kota Binjai;
- c. menyusun rencana rinci kawasan wisata Binjai Selatan;
- d. mengendalikan pemanfaatan ruang di sekitar kawasan strategis pariwisata pantai SB, kawasan sekitar hutan kota dan kawasan sekitar waduk buatan yang berpotensi mengurangi fungsi lindung kawasan;
- e. membatasi pemanfaatan ruang di sekitar kawasan wisata pantai SB, hutan kota dan sekitar waduk buatan yang berpotensi mengurangi fungsi lindung kawasan.
- f. merehabilitasi fungsi lindung kawasan yang menurun akibat dampak pemanfaatan ruang yang berkembang di dalam dan di sekitar kawasan strategis.

Strategi pengembangan kegiatan ekonomi regional dan ekonomi kota unggulan sebagai penggerak utama kegiatan ekonomi kota meliputi:

- a. menetapkan kawasan industri Binjai Utara sebagai kawasan strategis pusat pertumbuhan ekonomi kota;
- b. mendorong perkembangan kawasan pusat perdagangan dan jasa regional di pusat kota sebagai penggerak utama pengembangan ekonomi kota;
- c. menciptakan iklim investasi yang kondusif;
- d. mengintensifkan promosi peluang investasi;
- e. meningkatkan pelayanan prasarana dan sarana penunjang kegiatan ekonomi; dan
- f. mengelola dampak negatif kegiatan industri dan perdagangan agar tidak berdampak negatif penurunan kualitas lingkungan hidup dan efisiensi kawasan.

Strategi peningkatan pelayanan pemerintahan kota dan identitas kota pengembangan kegiatan meliputi:

- a. menyelesaikan status tanah Hak Guna Usaha perkebunan tebu menjadi tanah Pemerintah menjadi kawasan pusat pemerintahan dan hutan kota;
- b. menyusun rencana rinci kawasan pusat pemerintahan kota;

- c. membangun kawasan pusat pemerintahan Kota Binjai terintegrasi dengan pengembangan hutan kota; dan
- d. membangun hutan kota dengan tanaman buah-buahan khususnya buah rambutan Binjai sebagai identitas kota.

Peningkatan pelayanan prasarana dan sarana di Kota Binjai dilakukan dengan penekanan pada pengembangan infrastruktur permukiman. Cakupan pelayanan diusahakan dapat memenuhi seluruh kebutuhan dan dapat melayani seluruh wilayah perencanaan, terutama pada kawasan terbangun. Kebijakan peningkatan pelayanan prasarana dan sarana dilakukan dengan memperhatikan arah pengembangan kota serta intensitas kegiatannya. Kebijakan pengembangan sistem jaringan prasarana kota berupa pengembangan dan peningkatan kualitas dan jangkauan pelayanan sistem jaringan prasarana wilayah kota untuk menunjang pertumbuhan ekonomi wilayah, pemerataan pembangunan, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat yang meliputi:

- a. jaringan transportasi;
- b. jaringan energi;
- c. jaringan telekomunikasi;
- d. jaringan sumber daya air; dan
- e. jaringan prasarana perkotaan.

Strategi pengembangan jaringan transportasi meliputi:

- a. mendukung fungsi Kota Binjai sebagai salah satu pusat kegiatan transportasi Kawasan Perkotaan Mebidangro dengan:
  - 1. meningkatkan aksesibilitas Kota Binjai menuju Medan dengan meningkatkan kapasitas dan kinerja jalan arteri Medan ó Binjai;
  - 2. meningkatkan pelayanan transportasi massal dengan layanan perkeretaapian Medan ó Binjai;
  - 3. mendorong percepatan pembangunan ruas jalan Tol Medan ó Binjai;
  - 4. memantapkan fungsi jalan arteri dan kolektor yang melewati Kota Binjai;
  - 5. membangun terminal Tipe A di Kecamatan Binjai Timur; dan

6. memantapkan terminal Tipe B Ikan Paus di Kecamatan Binjai Kota yang terintegrasi antar moda dan antar wilayah.
- b. membangun jalan kolektor sekunder/jalan lingkaran dan jalan lingkungan;
- c. membangun terminal Tipe C yang merupakan subterminal di setiap subpusat pelayanan kota;
- d. meningkatkan pelayanan angkutan umum yang nyaman menuju seluruh kelurahan di Kota Binjai;
- e. membangun ruas-ruas jalan baru dan peningkatan akses serta layanan jaringan jalan arteri, kolektor, dan jaringan jalan lokal, yang menghubungkan antar pusat-pusat kegiatan pelayanan perkotaan dan antara pusat-pusat kegiatan dengan masing-masing wilayah pelayanan; dan
- f. membangun dan meningkatkan kualitas layanan terminal umum sebagai simpul transportasi, mencakup di dalamnya pembangunan simpul-simpul baru dan pengembangan jalur-jalur layanan baru yang potensial di masa depan.

Strategi pengembangan jaringan energi meliputi:

- a. mengembangkan jaringan energi listrik interkoneksi lintas wilayah, baik internal maupun eksternal wilayah Kota Binjai;
- b. mendorong penyelesaian masalah ketidakseimbangan pasokan dan permintaan energi listrik di seluruh wilayah, terutama lokasi - lokasi industri, perkantoran, pusat perdagangan baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang;
- c. mendorong pemanfaatan sumber energi terbarukan seperti biomass dan mikrohidro sebagai alternatif energi konvensional; dan
- d. memfasilitasi jaminan suplai energi ke pusat-pusat permukiman perkotaan dan kawasan strategis lain meliputi industri, pariwisata, dan pusat pemerintahan.

Strategi pengembangan jaringan telekomunikasi meliputi:

- a. melakukan pengembangan sistem pelayanan telekomunikasi melalui penerapan teknologi telekomunikasi yang memadai dan terintegrasi intra kawasan Kota Binjai; dan

- b. mendorong penambahan dan pembangunan sentral-sentral telepon baru.

Strategi pengembangan jaringan sumber daya air meliputi:

- a. menjaga kelestarian badan-badan air dan mata air-mata air, serta meningkatkan sediaan air tanah;
- b. membangun danau-danau buatan untuk menampung air di musim hujan dan sebagai cadangan air di musim kemarau; dan
- c. menjaga kualitas dan kuantitas sumber air dari buangan tinja, lumpur dan sampah.

Strategi pengembangan prasarana perkotaan meliputi:

- a. strategi pelayanan air minum, dilakukan dengan:
  1. meningkatkan kapasitas terpasang layanan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirtasari dari 200 liter/detik menjadi 750 liter/detik dengan menggunakan sumber air Sungai Bingai Marcapada (kapasitas 200 liter/detik dengan *base flow* 700 liter/detik), Sungai Bangkatan (kapasitas *base flow* 300 liter/detik) dan Sungai Mencirim (kapasitas *base flow* 500 liter/detik);
  2. meningkatkan layanan PDAM eksisting dari 23 (dua puluh tiga) persen sampai mencapai 83 (delapan puluh tiga) persen di akhir tahun perencanaan 2030, dengan peningkatan 15 (lima belas) persen setiap 5 (lima) tahunnya.
  3. merencanakan standar pelayanan minimal dengan 75 (tujuh puluh lima) persen penduduk terlayani dapat dipenuhi hingga tahun 2019;
  4. meningkatkan pelayanan dan penyediaan air bersih oleh PDAM diutamakan untuk daerah layanan di Kecamatan Binjai Utara, kemudian Kecamatan Binjai Barat, Kecamatan Binjai Timur dan Kecamatan Binjai Selatan;
  5. memelihara saluran transmisi dan distribusi terutama untuk mereduksi tingkat kehilangan air; dan
  6. mengembangkan alternatif/inovasi sumber pembiayaan dengan melibatkan swasta, masyarakat maupun donor.
- b. strategi pengelolaan limbah industri dilakukan dengan:

1. mewajibkan bagi pengusaha/pengelola kawasan industri Binjai Utara membangun Instalasi Pengolahan Air Limbah (IPAL) industri;
  2. meningkatkan kualitas dan kuantitas pelayanan prasarana air limbah; dan
  3. melaksanakan pengelolaan air limbah Bahan Berbahaya Beracun (B3) dan non B3.
- c. strategi pengelolaan limbah rumah tangga dilakukan dengan:
1. melayani pengolahan limbah rumah tangga di kawasan dengan tingkat kepadatan rendah dengan sistem pengolahan setempat (*on site*);
  2. melayani pengolahan limbah rumah tangga di kawasan dengan kepadatan sedang dengan sistem komunal;
  3. melayani pengolahan limbah rumah tangga di kawasan dengan tingkat kepadatan tinggi dengan sistem pengolahan terpusat (*off site*) atau minimal dengan sistem komunal;
  4. meningkatkan cakupan pelayanan air limbahnya, baik sistem pengolahan terpusat maupun setempat;
  5. meningkatkan peran aktif masyarakat dan dunia usaha/swasta sebagai mitra pengelola; dan
  6. mengembangkan alternatif/inovasi sumber pembiayaan.
- d. strategi pengelolaan drainase dilakukan dengan:
1. mengembangkan sistem drainase mengikuti pola sistem DAS;
  2. membangun tanggul guna mencegah terjadinya banjir;
  3. mengembangkan saluran primer dan sekunder dari saluran drainase untuk mengisi danau-danau buatan yang difungsikan sebagai penyimpan sementara limpahan volume air dalam mengendalikan banjir;
  4. membangun sarana pengendali banjir seperti pintu-pintu air untuk fungsi pengaturan;

5. melakukan pengendalian pembangunan pada bantaran sungai dengan upaya penghijauan;
  6. melakukan pemeliharaan dan pengawasan saluran drainase eksisting dan pengembangannya dengan pelibatan seluruh penentu kebijakan; dan
  7. mengembangkan alternatif/inovasi sumber pembiayaan.
- e. strategi pengelolaan sampah dilakukan dengan:
1. mengurangi sampah semaksimal mungkin dimulai dari sumbernya melalui program pembatasan timbulan sampah, pendauran ulang sampah, dan/atau pemanfaatan kembali sampah;
  2. mengurangi volume sampah yang dibuang ke TPA dengan cara pengolahan setempat per-wilayah dengan teknik-teknik yang berwawasan lingkungan sehingga dapat menciptakan nilai tambah dari sampah yang ditimbulkan;
  3. meningkatkan kualitas dan kuantitas prasarana dan sarana pengelolaan sampah;
  4. mengoperasikan TPA menggunakan sistem *controlled landfill* dan selanjutnya digunakan metoda *sanitary landfill*;
  5. meningkatkan peran aktif masyarakat dan dunia usaha/swasta sebagai mitra pengelola;
  6. meningkatkan cakupan pelayanan maupun kualitas sistem pengelolaan; dan
  7. mengembangkan alternatif/inovasi sumber pembiayaan.

Potensi bencana di Kota Binjai adalah bencana banjir. Kondisi lahan landai di Kota Binjai kurang lebih 3,15 % dan berada di daerah banjir yang terletak ditepi kiri dan kanan Sungai Bingai, Sungai Bangkatan dan Sungai Menciri. Banjir masih sering dialami terutama bila hujan lebat, sebagai akibat dari pengundulan hutan di hulu sungai.

Berdasarkan laporan Jalan dan drainase tahun 2006, di Kota Binjai teridentifikasi terdapat 18 daerah berpotensi menjadi daerah genangan air. Daerah genangan air ini tersebar ke semua wilayah kota. Daerah genangan ini teridentifikasi melalui adanya cekungan-cekungan yang terbentuk akibat kondisi topografi pada areal tertentu sehingga

air terperangkap dan memerlukan saluran pembuangan untuk mendistribusikan genangan tersebut. Kecamatan yang tergolong banyak daerah genangannya adalah Kecamatan Binjai Utara sebanyak 10 daerah genangan, dan yang paling sedikit adalah Kecamatan Binjai Timur sebanyak 1 daerah genangan.

## 7. Sosial Budaya

Kegiatan Pendidikan dilaksanakan melalui sektor formal maupun non formal. Kebutuhan ruang fasilitas pendidikan terbagi dalam beberapa tingkat pendidikan, mulai dari Tingkat Sekolah Dasar sampai dengan perguruan tinggi, termasuk kebutuhan ruang untuk perpustakaan kota.

**Tabel 9.**

**Fasilitas Pendidikan Yang Tersedia Di Kota Binjai**

No	Kecamatan	Jumlah Sarana Pendidikan						
		Umum				Agama		
		SD	SLTP	SMA	SMK	MI	MTs	MA
1	Binjai Selatan	30	9	5	7	-	1	1
2	Binjai Kota	25	10	7	6	-	3	2
3	Binjai Timur	30	9	3	7	2	1	-
4	Binjai Utara	46	12	9	5	3	5	2
5	Binjai Barat	22	4	2	-	1	1	1
Jumlah		153	44	26	25	6	11	6

Sumber ; BPS, Binjai Dalam Angka 2011

Di Kota Binjai terdapat penduduk yang berada di bawah garis kemiskinan. Jumlah kepala keluarga miskin yang paling banyak terdapat di Kecamatan Binjai Selatan

sebanyak 107 KK dan yang terendah di Kecamatan Kota dengan jumlah KK sebanyak 67 KK. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada **Tabel 10**

**Tabel 10**

**Jumlah Penduduk Miskin Kota Binjai Tahun 2011**

No	Kecamatan	Jumlah Keluarga Miskin (KK)
1	Binjai Selatan	107
2	Binjai Kota	67
3	Binjai Timur	133
4	Binjai Utara	81
5	Binjai Barat	89
Jumlah		477

*Sumber : Badan Keluarga Berencana dan Pembangunan Keluarga Sejahtera*

Jumlah rumah tangga yang terdapat di Kota Binjai adalah sebanyak 56.674 Rumah Tangga (Kepala Keluarga). Jika dibandingkan antara jumlah rumah tangga dengan jumlah penduduk, maka rata-rata jumlah anggota keluarga pada setiap rumah tangga sebanyak 4 orang. Jumlah rumah tangga yang terbanyak terdapat di Kecamatan Binjai Utara dengan jumlah rumah tangga sebanyak 16.336 rumah tangga, sedangkan yang terkecil terdapat di Kecamatan Binjai Kota dengan jumlah rumah tangga sebanyak 7.028 rumah tangga.

**Tabel 11**

**Jumlah Rumah Tangga Per Kecamatan Di Kota Binjai**

No	Kecamatan	Jumlah Rumah Tangga
1	Binjai Selatan	11,054



2	Binjai Kota	7,028
3	Binjai Timur	12,480
4	Binjai Utara	16,336
5	Binjai Barat	9,776
Jumlah		56,674

Sumber : BPS, Binjai Dalam Angka 2011

## 8. Kelembagaan Pemerintah Daerah

Dalam rangka meningkatkan kualitas penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan secara berdayaguna dan berhasilguna, maka pada awal tahun 2011 Pemerintah Kota Binjai telah mengadakan evaluasi dan penataan Organisasi Perangkat Daerah dan menetapkannya dalam peraturan daerah Nomor 15 Tahun 2011 tentang Organisasi dan Tata Kerja Sekretariat Daerah Kota dan Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kota Binjai.

Untuk menjamin pelaksanaan program Percepatan Pembangunan Sanitasi Perkotaan (PPSP) di Kota Binjai terutama yang berkaitan dengan sanitasi, diperlukan peningkatan kapasitas kelembagaan daerah. Berhubung implementasi dari Program PPSP di Kota Binjai melibatkan banyak komponen kelembagaan, diperlukan koordinasi dan sinkronisasi antar pihak terkait sehingga program/ kegiatan di bidang sanitasi dapat terlaksana sesuai dengan tugas pokok dan fungsi masing-masing lembaga.

Dengan adanya pembagian tanggung jawab kelembagaan tersebut, akan memudahkan Pemerintah Daerah dalam menilai kelayakan suatu lembaga untuk perbaikan dan pembangunan bidang sanitasi daerahnya. Kelayakan merupakan hasil telahan (assessment) tentang kapasitas suatu subyek yang mengemban tugas-tugas tertentu bagi tercapainya tujuan-tujuan yang ditetapkan. Sedangkan kelembagaan adalah suatu subyek dan sekaligus juga menunjuk kepada bentuk, sifat-sifat dan fungsi-fungsinya (build in) yang terkait (involve), berkepentingan (concern) dan bertanggung-jawab (responsible) untuk tercapainya tujuan-tujuan yang ditetapkan

## B. Responden Penelitian

Berdasarkan penetapan populasi dan sampel penelitian ini, responden yang akan menjadi sumber data dalam penelitian adalah masyarakat Kota Binjai yang menjadi pembaca surat kabar harian terbitan Medan dan beragama Islam sebanyak 599 orang dengan latar belakang yang berbeda. Perbedaan itu berdasarkan kategori usia, jenis kelamin dan status (aktifitas).

Komposisi responden berdasarkan usia dibagi sebagai berikut :

**Tabel 12**

### Usia Responden

No	Alternatif jawaban	Jumlah	Persentase
1	15 s/d 35 tahun	233	38,90 %
2	36 s/d 50 tahun	314	52.42 %
3	51 ke atas	52	8,68 %
	Jumlah	599	100,00 %

Responden pembaca surat kabar harian terbitan Medan terbesar berdasarkan tabel 12 di atas adalah terdapat pada kelompok usia antara 36 sampai dengan 50 tahun. Yaitu ada 314 responden atau sekitar 52.42 % dari seluruh responden. Hal ini dimungkinkan karena kelompok usia ini adalah kelompok terbanyak. Kelompok usia ini pula yang dimungkinkan bukan hanya mendapatkan informasi dari surat kabar, tetapi juga lebih memungkinkan membeli atau berlangganan surat kabar serta dianggap telah mapan dan mandiri.

**Tabel 13**

### Jenis Kelamin

No	Alternatif Jawaban	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	386	45,41
2	Perempuan	213	54,59
	Jumlah	599	100,00

Pada data tabel 13 di atas, menunjukkan bahwa jumlah responden laki-laki lebih banyak dibanding jumlah perempuan. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden laki-laki sebanyak 386 orang atau sekitar 64.44 % sedangkan responden perempuan berjumlah 213 orang atau 35.56 %. Besarnya jumlah laki-laki dalam penelitian ini dimungkinkan karena pada saat penentuan sampel berdasarkan *purposif*, calon responden laki-laki lebih banyak ditemukan di lokasi penelitian dibandingkan dengan responden perempuan.

**Tabel 14**

**Status Pekerjaan (aktifitas)**

No	Alternatif jawaban	Jumlah	Persentase
1	Mahasiswa	75	12,52 %
2	Tidak bekerja	97	16,19 %
3	PNS/TNI/POLRI	132	22,04 %
4	Pedagang	184	30,72 %
5	Dan lain lain	111	18,53 %
	Jumlah	599	100,00

Responden terbanyak pada kelompok pedagang dan yang terkecil adalah mahasiswa. Namun secara umum distribusi responden masih dalam kategori normal.

**C. Analisis Isi Berita dan Artikel Bernuansa Islam di Surat Kabar**

**a. Surat Kabar Harian Waspada**

Waspada terbit di Kota Medan sejak tanggal 11 Januari 1947. *Waspada* lahir di tengah-tengah suasana bangsa Indonesia yang sedang berjuang mempertahankan kemerdekaan dari tentara sekutu. Ide penerbitan surat kabar ini, berawal dari kegelisahan Mohammad Said terhadap situasi perkembangan kemerdekaan Indonesia saat itu. Mohammad Said adalah seseorang tokoh pers nasional Indonesia yang telah lama berkecimpung dalam dunia pers sejak zaman perjuangan merebut kemerdekaan. Sebelum mendirikan *Waspada*, ia bersama rekan-rekan persnya telah terlebih dahulu mendirikan Harian *Pewart* Deli yang pertama kali terbit pada tanggal 29 september 1945. Motivasinya menerbitkan *Perwata* Deli kala itu adalah untuk memberikan kepastian

tentang berita kemerdekaan Indonesia yang hingga masa itu masih simpang siur di kalangan rakyat maupun pemimpin bangsa Indonesia, terutama di wilayah Sumatera. Pewarta Deli tidak bertahan lama (kurang dari dua tahun), karena pemberitaannya pernah membuat tentara sekutu marah dan akhirnya menghancurkan kantor dan peralatan surat kabar tersebut (Said, tt: 1-13, Said dalam TWH, tt: 100-157)

Menyadari pentingnya peranan pers sebagai salah satu alat revolusi (di samping peluru dan diplomasi) pada masa itu, Mohammad Said kembali tergerak untuk menerbitkan surat kabar. Surat kabar itu kelak bernama *Waspada*. Salah satu motivasinya untuk menerbitkan *Waspada* adalah untuk mengajak seluruh rakyat Indonesia, utamanya para pimpinan agar bersikap waspada terhadap pasukan sekutu yang ingin berkuasa kembali ke Indonesia. Hal ini sebagaimana ia ungkapkan di dalam tulisannya setelah medan area ditimbangterimakan sekutu kepada Belanda bergeloralah nafsu militer yang disebut kemudian ini untuk memperluas wilayah kekuasaannya. Ia boleh mencoba melakukan itu melalui penyambungan nyawa tapi hendaknya jangan dipermudah dengan kesediaan di perundingan. Dalam penilaian penulis di saat genting itu bapak-bapak kita kurang menilai posisi kita yang realitasnya masih cukup baik. Tidak memikirkan akibat-akibat kalau 250 km<sup>2</sup> itu disetujui. Penulis berpendapat bahwa mereka tidak waspada. Maka yang teringat itu ialah untuk menganjurkan supaya mereka waspada, atau siapapun dari kita harus waspada. Kekurangan waspada membuat kita akan menderita rugi lebih banyak lagi. Di situlah penulis tergugah untuk menyebut saja nama surat kabar yang akan diterbitkan itu, kalau jadi dengan nama "waspada" (Said, tt: 17, Said dalam TWH, tt: 125).

Karena isi pemberitaannya kerap kali dianggap merugikan pihak Belanda, maka *waspada* mengalami pasang surut dan pembreidelan berkali-kali oleh pihak Belanda pada tahun-tahun awal terbitnya, yaitu pada saat terjadinya agresi militer Belanda I dan II. Setelah penyerahan kedaulatan oleh Belanda kepada bangsa Indonesia, *waspada* juga pernah tidak terbit selama lebih dari seminggu, Karena terjadi pemogokan di percetakan. Tahun 1960-an, masa komunisme mulai berkuasa di Indonesia, *waspada* juga pernah dilarang terbit, karena dianggap anti komunisme. Seiring berjalan waktu, *waspada* terus tumbuh dan berkembang menjadi lembaga pers besar dan kuat di bawah pengelolaan pasangan suami istri berbeda suku H. Mohammad Said (1905-1995), dan Hj. Ani Idrus (1918-1999), dua tokoh pers nasional.

Latar belakang kehidupan Said yang berasal dari perpaduan keturunan suku batak ritonga dengan suku jawa dan tinggal di wilayah melayu, Labuhan Bilik hingga menetap di Medan menjadikan ia kehilangan identitas kesukuannya. Ini mempengaruhi kinerjanya dalam pers secara positif karena ia tidak menonjolkan primordialismenya dalam kepemimpinannya di *waspada*. Ia memberikan kesempatan bagi berbagai etnis untuk ikut berpartisipasi dalam pengelolaan medianya. Ini dapat dibuktikan dari struktur manajemen *waspada* yang terdiri dari orang-orang berbagai suku/ etnis. Sedikit berbeda dengan Mohammad Said, dari segi asal keturunan Ani Idrus berasal dari keluarga minang asli yang menganut paham matrilineal, dimana perempuanlah yang meneruskan garis keturunan, sekaligus menjadi penguasa. Barangkali, ini pulalah yang menyebabkan pasangan ini berpisah sehingga pada akhirnya kepemimpinan *waspada* diambil alih Ani Idrus hingga akhir hayatnya.

Kini surat kabar tersebut menjadi perusahaan keluarga dan dikelola oleh generasi penerus Mohammad Said-Ani Idrus. Putri pertama mereka kini menjadi pemimpin utama *waspada*, sedangkan putra-putra mereka berada dalam jajaran pimpinan redaksi *waspada*. Demikian pula cucu-cucu mereka, beberapa orang di antaranya menjadi pengelola *waspada* baik sebagai pemimpin redaksi, maupun sebagai wartawan. Barangkali, latar belakang keluarga yang multi etnis ini pula yang membuat para pemiliknya yang sekarang berpandangan multi cultural mereka juga memberikan kesempatan bagi berbagai etnis untuk terlibat langsung dalam kepemimpinan dan pengelolaan *waspada*

Profesionalisme dalam pengelolaan medianya yang diterapkan pemiliknya. Terbukti bahwa beberapa jabatan strategis dalam manajemen *waspada* dipegang oleh karyawan yang bukan anggota keluarga pemiliknya. Demi mottonya: dengan kebenaran dan keadilan hingga kini *waspada* terus berkiprah menjadi surat kabar nasional dengan oplah 35.000 -40.000 per hari dengan harga eceran Rp 3500,- per eksemplar. Untuk Kota Binjai menurut wartawan senior *waspada* bapak Riswan Rika mengatakan bahwa oplah *waspada* berkisar 1000 eksemplar perhari kecuali pada hari jumat dan pada saat ada kegiatan-kegiatan besar keagamaan oplahnya mencapai 1100 sampai 1200 eksemplar perhari. Ini menunjukkan bahwa surat kabar harian *waspada* sangat diminati oleh masyarakat Kota Binjai. *Waspada* telah melebarkan sayap perusahaannya dengan mendirikan 1 perusahaan surat kabar lain yaitu surat kabar harian berita sore. Kedua surat kabar tersebut terbit dalam versi cetak dan online, dan keduanya beralamat di jalan Brigjen Katamso No 1 Medan Sumatera Utara

**a. Jumlah Pemuatan Berita dan Artikel Bernuansa Islam**

Jumlah pemuatan artikel bernuansa Islam di harian Waspada yang terbit setiap hari Jumat sepanjang waktu penelitian berlangsung dari bulan Februari sampai dengan April 2016 (sebanyak 13 edisi) berjumlah 179 judul. Dari 179 judul yang ditemukan artikel tersebut terdapat di rubrik Mimbar Jumat, selebihnya ditemukan di kolom opini (views) dan di rubrik Al-Bayan. Sedangkan berita bernuansa Islam sepanjang penelitian berlangsung dari bulan Februari sampai bulan April berjumlah 190 judul. Dengan demikian pemuatan berita dan artikel benuansa Islam di surat kabar harian Waspada berjumlah 369 judul yang terdapat hampir di setiap halaman. Sebaran berita dan artikel bernuansa Islam tersebut setiap bulannya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 15.**

**Jumlah Berita Dan Artikel Bernuansa Islam Di Harian Waspada Dari Bulan Februari s.d. April 2016**

No	Jenis Rubrik	Jumlah Judul			Jumlah	Persentase
		Februari	Maret	April		
1	Berita	58	64	68	190	51.49 %
2	Artikel	46	60	73	179	48.51 %
	Jumlah	104	124	141	369	100 %

Sumber : Data Primer (2016)

Umumnya pemuatan berita dan artikel bernuansa Islam di harian Waspada pada hari Jumat dimuat hampir di setiap halaman surat kabar. Hal ini dapat dipahami karena hari Jumat adalah hari yang istimewa bagi umat Islam, sehingga hampir semua surat kabar sebenarnya memuat tulisan-tulisan yang berhubungan dengan agama Islam pada hari bersangkutan.

Selain itu, dibanding dengan surat kabar lokal terbitan Medan lainnya, harian Waspada sangat *concern* menurunkan berita, artikel maupun tulisan-tulisan lain

bernuansa keislaman, terutama menyangkut kepentingan dan pembelaan surat kabar ini terhadap umat Islam. Karena faktor inilah disinyalir harian Waspada menjadi sumber bacaan utama bagi masyarakat Muslim di Sumatera Utara, khususnya di Kota Binjai dan sekitarnya.

## **b. Penonjolan dan Kategori Berita dan Artikel Bernuansa Islam di Harian Waspada**

Dilihat berdasarkan penonjolan artikel bernuansa Islam di harian Waspada, dalam penelitian dapat dibagi kepada tiga bagian surat kabar. Bagian pertama atau halaman depan yaitu dari halaman A1 sampai halaman A12. Bagian kedua atau halaman tengah yaitu halaman B 1 sampai halaman B8. Bagian ketiga atau halaman belakang yaitu halaman C1 sampai halaman C8. Penonjolan artikel bernuansa Islam di harian waspada umumnya ditempatkan di halaman tengah surat kabar dalam rubrik opini dan di halaman belakang yaitu dalam rubrik mimbar jumat, dan yang ditempatkan di halaman depan hanya satu artikel di halaman pertama yaitu dalam rubrik *Al-Bayan*. Hal ini dapat dipahami karena halaman depan suatu surat kabar utamanya berisi tentang berita-berita (*news*). Adapun artikel dalam bentuk opini, editorial maupun future (*views*) biasanya ditempatkan di halaman tengah dan belakang surat kabar. Sedangkan isi lainnya, yaitu iklan (*advertising*) ditempatkan sesuai dengan permintaan para pemasang iklan, dan ini tentu saja berkaitan erat dengan besar kecilnya kemampuan pemasang iklan dalam membayar suatu lembaga surat kabar sesuai dengan tarif iklan yang ditetapkan oleh redaktur iklan surat kabar bersangkutan. Umumnya antara satu surat kabar dengan surat kabar lainnya memiliki perbedaan biaya pemasangan tarif iklan. Begitu juga dengan *lay out* (letak), luas kolom dan warna iklan akan berpengaruh terhadap biaya pemasangan iklan.

Adapun berita-berita bernuansa Islam yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu berita (*news*) seputar kegiatan hari hari besar islam, partai politik bernuansa Islam, berita-berita yang terkait dengan negara-negara Islam, berita-berita yang terkait dengan kegiatan-kegiatan keislaman, berita-berita yang terkait dengan organisasi-organisasi keislaman, berita-berita tentang pendidikan Islam dan berita di seputar organisasi-organisasi sempalan dan lain-lain yang bernuansa Islam. Pada umumnya kategori berita bernuansa Islam sebagaimana berita-berita lainnya terdapat di halaman depan surat kabar,

hanya sebagian lainnya terdapat di halaman tengah dan halaman belakang. Adapun sebaran berita dan artikel bernuansa Islam per bulan secara umum dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 16.**

**Penonjolan Berita Dan Artikel Bernuansa Islam Di Harian Waspada Dari Bulan Feb. s.d. April 2016**

No	Penonjolan artikel dan berita bernuansa Islam	Jumlah judul			Jumlah	Persentase
		Februari	Maret	April		
1	Halaman depan	22	27	31	80	21,68 %
2	Halaman tengah	42	29	30	101	27,37 %
3	Halaman Belakang	40	68	80	188	50,95 %
	Jumlah	104	124	141	369	100 %

Sumber: Data Primer (2016)

Terdapat 21,68 persen berita dan artikel bernuansa Islam yang ditempatkan di halaman depan selama waktu penelitian berlangsung. Penempatan artikel bernuansa Islam di halaman depan ini biasanya muncul pada setiap hari Jumat pada rubrik *albayan* penulisnya adalah kalangan terbatas, yang sering secara khusus diminta harian Waspada untuk menulis artikel bernuansa Islam dan ditempatkan di halaman pertama pada bagian bawah. Sedangkan berita yang ditempatkan di halaman depan terutama di kepala surat kabar adalah berita yang sangat penting dan utama, dan dianggap sangat aktual. Jika dilihat dari persentase pemuatan berita dan artikel bernuansa Islam tersebut, maka hal ini tergolong sangat besar dibandingkan dengan surat kabar harian lainnya yang beredar di Kota Binjai. Sebaliknya penempatan berita dan artikel bernuansa Islam cenderung berada di halaman tengah, yakni sebesar 27,37 persen dari total artikel bernuansa Islam yang ditemukan selama penelitian berlangsung. Penempatan berita dan artikel bernuansa Islam lebih dominan ditempatkan di halaman belakang surat kabar terutama artikel yaitu sekitar 50,95%. Hal ini wajar karena harian Waspada memberikan ruang yang sangat



besar terhadap artikel bernuansa Islam pada kolom Mimbar Jumat, dan sebahagian kecil saja yang berisi berita-berita secara umum.

Untuk lebih jelasnya sebaran penonjolan berita yang terdapat di harian Waspada sejak bulan Februari sampai bulan April adalah sebagai berikut:

**Tabel 17**

**Penonjolan Berita Bernuansa Islam Di Surat Kabar Harian Waspada Bulan Feb. s.d. April 2016**

No	Penonjolan artikel dan berita bernuansa Islam	Jumlah judul			Jumlah	Persentase
		Februari	Maret	April		
1	Halaman depan	24	27	26	77	40.53 %
2	Halaman tengah	23	26	26	73	38.42 %
3	Halaman Belakang	11	17	13	40	21.05 %
	Jumlah	57	68	65	190	100 %

Sumber: Data Primer (2016)

Penonjolan berita bernuansa Islam yang terdapat di dalam tabel di atas yaitu sebanyak 77 judul atau sekitar 40.53 % terdapat di halaman depan surat kabar, 38.42% ditempatkan dihalaman tengah dan hanya sekitar 21,05 % saja yang ditempatkan dihalaman belakang. Dengan demikian berita bernuansa Islam lebih dominan terdapat di halaman depan surat kabar. Hal ini menunjukkan bahwa harian waspada sangat antusias (perhatian) terhadap berita-berita bernuansa Islam.

Adapun sebaran penonjolan artikel bernuansa Islam di surat kabar harian Waspada selama penelitian berlangsung dari bulan Februari sampai dengan bulan April 2016 adalah sebagai berikut:

**Tabel 18**

**Penonjolan Artikel Bernuansa Islam Di Harian Waspada**

**Bulan Feb. s.d. April 2016**

No	Penonjolan artikel bernuansa Islam	Jumlah judul			Jumlah	Persentase
		Februari	Maret	April		
1	Halaman depan	4	4	5	13	7.26 %
2	Halaman tengah	11	2	7	20	11.17 %
3	Halaman Belakang	41	43	62	146	81.57 %
	Jumlah	56	49	74	179	100 %

Sumber: Data Primer (2016)

Dari data tabel 11 tersebut dapat dipahami bahwa penonjolan artikel keagamaan yang terdapat di halaman depan (halaman A1 sampai A12) hanya satu judul per edisi (setiap kali terbit). Artikel tersebut ditempatkan di halaman pertama surat kabar pada rubrik *Albayan* selama penelitian berlangsung dari bulan Februari sampai April 2016 hanya terdapat 13 judul atau sekitar 7.26 %. Tidak jauh berbeda dengan halaman depan, artikel yang ditempatkan di halaman tengah (B1 sampai dengan B8), juga sangat minim selali, hanya 20 judul atau sekitar 11.17 % saja. Sedangkan selebihnya 146 judul atau sekitar 81.57 % di tempatkan di halaman belakang surat kabar. Hal ini dapat dimengerti, karena surat kabar harian Waspada telah menyediakan rubrik khusus untuk artikel bernuansa Islam yaitu pada rubrik Mimbar Jumat dengan ruang yang sangat luas.

Kategori pemuatan berita dan artikel bernuansa Islam dalam penelitian ini dibedakan antara headline dan nonheadline. Istilah headline biasanya lebih populer, dipakai untuk isi surat kabar yang berbentuk berita (news). Namun dalam konteks ini yang dirnaksud dengan headline berita dan artikel bernuansa Islam dalam penelitian ini adalah apabila tulisan berita dan artikel bernuansa Islam tersebut ditempatkan di halaman pertama surat kabar harian Waspada selama penelitian berlangsung.

Hasil analisis isi menunjukkan bahwa kategori pemuatan berita dan artikel bernuansa Islam yang bersifat headline hanya berjumlah 32 judul berita dan artikel bernuansa Islam, sedangkan selebihnya 337 judul berita dan artikel bernuansa Islam lainnya ditempatkan pada posisi non headline.

**Tabel 19**

**Kategori Penonjolan Pemuatan Berita Dan Artikel Bernuansa Islam Di Harian Waspada Dari Bulan Feb. s.d. April 2016**

No	Penonjolan artikel dan Beria	Jumlah judul			Jumlah	Persentase
		Februari	Maret	April		
1	Headline	10	10	12	32	8.67 %
2	Non headline	94	114	129	337	91.33 %
	Jumlah	104	124	141	369	100 %

Sumber: Data Primer (2016)

Tampaknya, kategori pemuatan artikel bernuansa Islam di harian Waspada relatif lebih sering berada pada posisi non headline, yakni ditemukan sekitar 91.33 persen. Sedangkan yang berada pada posisi headline berjumlah 8.67 persen. Artikel bernuansa Islam yang menjadi headline umumnya yang ditemukan pada setiap hari Jumat hanya di tempatkan pada rubrik *Albayan* saja , sedangkan selebihnya yaitu di rubrik Opini, Tajuk Rencana dan Mimbar Jumat. Dengan demikian artikel bernuansa Islam di harian Waspada lebih sering dikategorikan non headline.

**c. Materi Berita dan Artikel Bernuansa Islam di Harian Waspada**

Keseluruhan materi berita dan artikel bernuansa Islam yang terdapat di harian Waspada mengkaji berbagai persoalan tentang Islam dari sudut pandang yang beragam, antara lain berisi materi dari sudut pandang tauhid, ibadah, muamalah, syariah, muamalah, siyasah, sosial dan budaya, akhlak dan quran. Berbeda dengan berita yang ditulis oleh para kuli pena atau wartawan pemburu berita, yang merupakan suatu peristiwa, fakta atau kegiatan-kegiatan keislaman yang dimuat di surat kabar, artikel bernuansa Islam ditulis oleh para pakar yang sangat heterogen dan terdiri dari berbagai kalangan yang memiliki latar belakang pendidikan yang berbeda-beda, maka hal ini mengakibatkan banyaknya materi-materi bernuansa Islam yang muncul. Para penulis artikel bernuansa Islam di harian Waspada biasanya membuat tema-tema tulisan yang relevan dengan kondisi yang terjadi pada saat itu dan mempertimbangkan momen-momen tertentu dalam membahas atau mengkaji permasalahan Islam dari sudut pandang yang berbeda.

Tidak jauh berbeda dengan artikel, materi berita bernuansa Islam yang dimuat di harian Waspada juga sangat beragam. Hal ini dapat di fahami, karena materi berita yang ada di surat kabar harian terbitan Kota Medan lebih banyak berupa peringatan hari-hari besar islam, kegiatan-kegiatan organisasi keislaman, instansi-intansi islam seperti Kementerian Agama dan seluruh jajarannya dan lain lain. Dalam tabel berikut ini materi berita dan artikel bernuansa Islam tidak dipisahkan satu sama lainnya, tetapi keduanya dihitung menjadi satu dengan sebaran materi sebagai berikut:

**Tabel 20**  
**Materi-Materi Berita Dan Artikel Bernuansa Islam Di Harian Waspada**  
**Dari Bulan Februari s.d. April 2016**

No	Jenis materi	Jumlah judul			Jumlah	Persentase
		Februari	Maret	April		
1	Tauhid dan ibadah	29	35	36	100	27.10 %
2	Syariah dan muamalah	14	16	19	49	13.28 %
3	Siyasah, sosial dan budaya	38	47	49	134	36.31 %
4	Akhlaq, quran	23	26	37	86	23.31 %
	Jumlah	104	124	141	369	100 %

Sumber: Data Primer (2016)

Materi yang berkaitan dengan tauhid, ibadah yang terdapat di harian Waspada adalah sekitar 27.10 persen dari total artikel bernuansa Islam yang ditemukan selama penelitian berlangsung. Selanjutnya materi yang berkaitan dengan syariah (hukum Islam) dan muamalah sekitar 13.26 persen. Selebihnya adalah materi-materi yang berkaitan dengan siyasah, sosial dan budaya Islam, yaitu sekitar 36.31 persen, akhlaq dan quran 23.31 %. Dengan demikian materi siyasah dan sosial-budaya lebih dominan ditulis di surat kabar harian Waspda.

## 2. Surat Kabar Harian Analisa

Harian Analisa adalah sebuah surat kabar harian yang terbit di Kota Medan. Diterbitkan sejak 23 Maret 1972, *Analisa* mempunyai format *broadsheet* dan merupakan salah satu surat kabar terbesar di Medan. Pada awalnya *Analisa* diterbitkan seminggu sekali sebelum menjadi surat kabar harian, walaupun sebenarnya sudah ~~menangtongi~~ SIUP (Surat Ijin Usaha Penerbitan) yang isinya sudah membolehkan harian ini terbit 7 kali dalam seminggu (harian) namun karena masih ~~percobaan~~ maka terbit sehari dalam seminggu. Tetapi tidak terlalu lama, akhirnya Harian Analisa terbit dalam bentuk harian.

Motto harian Analisa adalah “*Membangkitkan Partisipasi Rakyat dalam Pembangunan.*” Pada dasarnya bukan sebuah kebetulan motto itu tertulis akan tetapi lahir dari satu tekad untuk maju menapaki masa depan. Sebuah proses panjang dari kerja keras yang terus menerus dengan tujuan untuk membangkitkan partisipasi rakyat dalam membangun bangsa dan negara.

Nama *Analisa* sebenarnya merupakan usulan dari Soffyan yang merupakan salah satu pimpinan (saat ini menjadi Pemred Harian Analisa) koran tersebut. Namun ada juga yang mengusulkan Haluan dan lain-lain, tetapi akhirnya dengan kesepakatan bersama nama Analisa dijadikan nama koran tersebut. Harian Analisa awalnya terbit 16 halaman dan saat ini menjadi 42 halaman, namun pada waktu tertentu bisa menjadi 48 halaman jika halaman iklan memenuhi halamannya.

Rubrik yang ada di harian Analisa: Rubrik Halaman 1, Rubrik Luar Negeri, Opini, Kota, Sumatera Utara, Nanggroe Aceh Darussalam, Ekonomi, Luar Negeri, dan Olahraga. Namun pada hari-hari tertentu ada Rubrik Mimbar Islam (Jumat), Kesehatan (Senin), Kesra, Kampus, Gaya Hidup, Teknologi, Taman Riang, Puisi, Cerpen dll.

Analisa saat ini menempati kantor yang berada di Jalan Ahmad Yani. Saat ini harian Analisa dipimpin oleh Pemimpin Umum Supandi Kusuma dan Pemimpin Perusahaan Sujito Sukirman. Redaksional dipimpin wartawan kawakan

eks-LKBN Antara yakni Pemimpin Redaksi H. Soffyan, dibantu Sekretaris Redaksi H. War Djamil.<sup>212</sup>

**a. Jumlah Pemuatan Berita dan Artikel Bernuansa Islam**

Jumlah pemuatan berita dan artikel bernuansa Islam di harian Analisa sepanjang waktu penelitian berlangsung dari bulan Februari sampai dengan April 2016 berjumlah 98 judul. Dari 98 judul yang ditemukan artikel tersebut terdapat di rubrik Mimbar Islam, selebihnya ditemukan di kolom opini (views). Sedangkan berita bernuansa Islam sepanjang penelitian berlangsung dari bulan Februari sampai bulan April berjumlah 116 judul. Dengan demikian pemuatan berita dan artikel bernuansa Islam di surat kabar harian Analisa berjumlah 214 judul yang terdapat hampir di setiap halaman. Sebaran berita dan artikel bernuansa Islam tersebut setiap bulannya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 21.**

**Jumlah Pemuatan Berita Dan Artikel Bernuansa Islam Di Harian Analisa Dari Bulan Februari s.d. April 2016**

No	Jenis Rubrik	Jumlah Judul			Jumlah	Persentase
		Februari	Maret	April		
1	Berita	38	41	37	116	54.21 %
2	Artikel	32	32	34	98	45.79 %
Jumlah		70	73	71	214	100 %

Sumber : Data Primer (2016)

Umumnya pemuatan berita dan artikel bernuansa Islam di harian Analisa pada hari Jumat hanya terdapat pada kolom tertentu saja. Hal ini dapat dipahami karena hari Jumat adalah hari yang istimewa bagi umat Islam, sehingga hampir semua surat kabar sebenarnya memuat tulisan-tulisan yang berhubungan dengan agama Islam pada hari bersangkutan walaupun kadar pemuatannya berbeda-beda.

<sup>212</sup> Ali Murthado, Redaktur Harian Analisa

Selain itu, dibanding dengan surat kabar lokal terbitan Medan lainnya, harian Analisa menyediakan satu rubrik khusus setiap hari Jumat yang dikenal dengan Mimbar Islam. Surat kabar harian Analisa tidak dapat dikategorikan sebagai salah satu dari surat kabar Islam, namun surat kabar harian Analisa sangat *concern* menurunkan berita, artikel maupun tulisan lain bernuansa keislaman. Hal ini disebabkan pangsa pasar surat kabar harian Analisa mayoritas umat Islam, dan redaktur surat kabar harian Analisa notabene adalah seorang da'wah yang sangat perhatian terhadap berita dan artikel bernuansa Islam.

### **b. Penonjolan dan Kategori Berita dan Artikel Bernuansa Islam di Harian Analisa dari bulan Februari s.d. April 2016**

Dilihat berdasarkan penonjolan artikel bernuansa Islam di harian Analisa, dalam penelitian dapat dibagi kepada dua bagian surat kabar. Bagian pertama atau halaman depan yaitu dari halaman 11 sampai halaman 20. Bagian kedua atau halaman belakang yaitu halaman 21 sampai halaman 36. Penonjolan artikel bernuansa Islam di harian Analisa umumnya ditempatkan di halaman belakang surat kabar dalam rubrik rubrik mimbar Islam. Hal ini dapat dipahami karena halaman depan suatu surat kabar utamanya berisi tentang berita-berita (*news*). Adapun artikel dalam bentuk opini, editorial maupun *feature* (*views*) biasanya ditempatkan di halaman tengah dan belakang surat kabar. Sedangkan isi lainnya, yaitu iklan (*advertising*) ditempatkan sesuai dengan permintaan para pemasang iklan, dan ini tentu saja berkaitan erat dengan besar kecilnya kemampuan pemasang iklan dalam membayar suatu lembaga surat kabar sesuai dengan tarif iklan yang ditetapkan oleh redaktur iklan surat kabar bersangkutan. Umumnya antara satu surat kabar dengan surat kabar lainnya memiliki perbedaan biaya pemasangan tarif iklan. Begitu juga dengan *lay out* (letak), luas kolom dan warna iklan akan berpengaruh terhadap biaya pemasangan iklan.

Dibandingkan dengan surat kabar harian waspada, yang setiap hari memuat artikel di halaman pertama/kepala surat, dan menginformasikan jadwal khatib Jumat se-Kota Medan dan sekitarnya yang membutuhkan 1 (satu) setengah halaman Koran setiap hari Jumat, maka sebenarnya surat kabar harian Analisa memiliki porsi yang sangat kecil terhadap artikel bernuansa Islam.

Adapun berita bernuansa Islam umumnya sebagaimana berita-berita lainnya terdapat di halaman depan surat kabar, dan sebagian lainnya terdapat di dan halaman belakang surat kabar harian Analisa. Adapun sebaran berita dan artikel bernuansa Islam per bulan secara umum dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 22**

**Penonjolan Berita dan Artikel Bernuansa Islam Di Harian Analisa Dari Bulan Februari. s.d. April 2016**

No	Penonjolan artikel dan berita bernuansa Islam	Jumlah judul			Jumlah	Persentase
		Februari	Maret	April		
1	Halaman depan	22	27	29	78	36.45 %
3	Hal. Belakang	48	46	42	136	63.55 %
	Jumlah	70	73	71	214	100 %

Sumber: Data Primer (2016)

Terdapat 78 judul atau 36.45 % persen berita dan artikel bernuansa Islam yang ditempatkan di halaman depan selama waktu penelitian berlangsung. Penempatan berita dan artikel bernuansa Islam di halaman depan ini biasanya yang muncul pada setiap hari Jumat adalah berita bernuansa Islam dengan berbagai ragam bentuknya. Berita-berita yang berkenaan dengan peringatan hari-hari besar Islam, berita-berita diseperti partai politik bernuansa Islam, berita-berita yang terkait dengan negara-negara Islam, berita-berita yang terkait dengan kegiatan-kegiatan keislaman, berita-berita yang terkait dengan organisasi-organisasi massa keislaman, berita-berita tentang lembaga-lembaga pendidikan Islam dan berita di seputar organisasi-organisasi islam sempalan, instansi kementerian Agama dan seluruh jajarannya dan lain-lain yang bernuansa Islam. Sedangkan penonjolan berita dan artikel bernuansa Islam selebihnya berada di halaman belakang surat kabar harian Analisa. ada sekitar 136 judul atau sekitar 63.55 % berita dan artikel yang ditempatkan di halaman belakang surat kabar. Dengan demikian tingkat penonjolan berita dan artikel keagamaan tergolong sangat rendah, karena hanya sepertiga judul yang diletakkan di posisi halaman depan, dua pertiga di tempatkan di halaman belakang.



Kategori pemuatan berita dan artikel bernuansa Islam dalam penelitian ini dibedakan antara headline dan nonheadline. Istilah headline biasanya lebih populer, dipakai untuk isi surat kabar yang berbentuk berita (news). Namun dalam konteks ini yang dirnaksud dengan headline berita dan artikel bernuansa Islam adalah apabila tulisan artikel bernuansa Islam ditempatkan di posisi atas pada setiap lembaran-lembaran yang terdapat di surat kabar harian Analisa selama penelitian berlangsung.

Hasil analisis isi menunjukkan bahwa kategori pemuatan berita dan artikel bernuansa Islam yang bersifat headline berjumlah 91 judul berita dan artikel bernuansa Islam, sedangkan 123 judul berita dan artikel bernuansa Islam lainnya ditempatkan pada posisi non headline. Adapun sebaran berita dan artikel tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 23.**

**Kategori Penonjolan Pemuatan Berita Dan Artikel Bernuansa Islam Di Harian Analisa Dari Bulan Februari s.d. April 2016**

No	Penonjolan artikel dan Beria	Jumlah judul			Jumlah	Persentase
		Februari	Maret	April		
1	Atas	33	28	30	91	42.52 %
2	Bawah	37	45	41	123	57.48 %
	Jumlah	70	73	71	214	100 %

Sumber: Data Primer (2016)

Tampaknya, kategori pemuatan berita dan artikel bernuansa Islam di harian Analisa relatif lebih sering berada pada posisi bawah, yakni ditemukan sekitar 57,48 persen. Sedangkan yang berada pada posisi atas berjumlah 42,52 persen. Berita dan artikel bernuansa Islam yang yang ditemukan pada lipatan bagian atas umumnya ditemukan setiap hari Jumat, sedangkan di luar hari Jumat surat kabar Analisa tidak memuat artikel bernuansa Islam.

**c. Materi Berita dan Artikel Bernuansa Islam di Harian Waspada**

Keseluruhan materi artikel bernuansa Islam yang terdapat di surat kabar harian Analisa mengkaji berbagai persoalan tentang Islam dari sudut pandang yang beragam, antara lain berisi materi dari sudut pandang tauhid, ibadah, muamalah, syariah, muamalah, siyasah, sosial dan budaya, akhlak, quran. Berbeda dengan berita yang ditulis oleh para kuli pena atau wartawan pemburu berita, yang merupakan suatu peristiwa, fakta atau kegiatan-kegiatan keislaman yang dimuat di surat kabar, artikel bernuansa Islam ditulis oleh para pakar yang sangat heterogen dan terdiri dari berbagai kalangan yang memiliki latar belakang pendidikan yang berbeda-beda, maka hal ini mengakibatkan banyaknya materi-materi bernuansa Islam yang muncul. Para penulis artikel bernuansa Islam di harian Analisa biasanya juga memuat tema-tema tulisan yang actual dan relevan dengan kondisi yang terjadi pada saat itu dan mempertimbangkan momen-momen tertentu dalam membahas atau mengkaji permasalahan Islam dari sudut pandang yang berbeda.

Tidak jauh berbeda dengan artikel, materi berita bernuansa Islam yang dimuat di harian Analisa juga sangat beragam. Hal ini dapat di fahami, karena materi berita yang ada di surat kabar harian terbitan Kota Medan lebih banyak berupa peringatan hari-hari besar islam, kegiatan-kegiatan organisasi keislaman, instansi-intansi islam seperti Kementerian Agama dan seluruh jajarannya. Dalam tabel berikut ini materi berita dan artikel bernuansa Islam tidak dipisahkan satu sama lainnya, tetapi keduanya dihitung menjadi satu dengan sebaran materi sebagai berikut:

**Tabel 24**

**Materi-materi Berita Dan Artikel Bernuansa Islam Di Harian waspada**

**Dari bulan Februari s.d. April 2016**

No	Jenis materi	Jumlah judul			Jumlah	Persentase
		Februari	Maret	April		
1	Tauhid dan ibadah	14	15	12	41	19.16 %
2	Syariah dan muamalah	14	16	13	43	20.10 %
3	Siyasah, sosial dan budaya	19	22	28	69	32.24 %
4	Akhlaq, alquran	23	20	18	61	28.50 %

	<b>Jumlah</b>	<b>70</b>	<b>73</b>	<b>71</b>	<b>214</b>	<b>100 %</b>
--	---------------	-----------	-----------	-----------	------------	--------------

Sumber: Data Primer (2016)

Materi yang berkaitan dengan tauhid dan ibadah yang terdapat di harian Analisa adalah sekitar 19,16 persen dari total artikel bernuansa Islam yang ditemukan selama penelitian berlangsung. Selanjutnya materi yang berkaitan dengan syariah (hukum Islam) dan muamalah sekitar 28,57 persen. Materi-materi yang berkaitan dengan siyasah, sosial dan budaya Islam, yaitu sekitar 32,24 persen. Selebihnya adalah materi Akhlaq dan Alquran 28,50 persen. Dengan demikian tabel diatas menunjukkan bahwa sebaran materi berita dan artikel bernuansa Islam merata selama penelitian berlangsung, tidak ada yang sangat dominan. Walaupun demikian materi siyasah, sosial-budaya yang paling besar persentasenya.

### **C. Persepsi Tentang Surat Kabar**

Surat kabar merupakan salah satu media massa yang sudah cukup lama dikenal oleh masyarakat Kota Binjai. Surat kabar yang dimaksud bukan hanya yang berasal dari daerah, ada juga yang berasal dari ibu kota Jakarta. Dari sekian banyak surat kabar yang dibaca masyarakat Kota Binjai, surat kabar yang banyak dibaca masyarakat adalah surat kabar terbitan Medan.

Isi surat kabar yang selalu dibaca masyarakat adalah berita dan artikel. Untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat tentang kedua isi surat kabar yang bernuansa Islam, maka berikut ini akan dibahas secara terperinci.

#### **1. Persepsi tentang berita bernuansa Islam**

Untuk mendapatkan data yang akurat tentang bagaimana persepsi masyarakat tentang berita bernuansa Islam diberikan beberapa pertanyaan dalam bentuk angket. Jawabannya seperti tertera pada tabel berikut:

**Tabel 25**

**Akumulasi Jawaban Responden Mengenai Persepsi Masyarakat Tentang  
Berita Bernuansa Islam**

No	Pertanyaan	Skor Persepsi				Σ
		TS	KS	S	SS	
		1	2	3	4	
1	Saya selalu membaca berita bernuansa Islam di Surat Kabar	10	26	374	189	599
		2	4	62	32	100%
2	Saya membaca sampai selesai beritanya	12	39	387	161	599
		2	6	65	27	100%
3	Saya senang membaca berita bernuansa Islam di Surat Kabar	13	30	345	211	599
		2	5	58	35	100%
4	Saya tertarik dengan berita-berita keislaman	3	13	309	274	599
		1	2	51	46	100%
5	Saya membaca dan memperhatikan dengan serius berita-berita tentang Islam	14	43	360	182	599
		2	7	60	31	100%
6	Jika ada berita-berita keislaman, saya membacanya sambil lalu saja	16	180	149	254	599
		3	30	25	42	100%
7	Saya meyakini berita-berita Islam di Surat Kabar	28	55	282	234	599
		5	9	47	39	100%
8	Saya memahami berita-berita tentang Islam di surat kabar	9	17	337	236	599
		2	3	56	39	100%
9	Saya merasa puas setelah membaca berita-berita yang bernuansa Islam	15	38	287	259	599
		3	6	48	43	100%
10	Saya sering membaca berita yang bernuansa Islam di surat kabar	18	16	355	210	599
		3	3	59	35	100%
11	Berita Islam berpengaruh terhadap pola pikir saya tentang Islam	15	59	314	211	599
		3	10	52	35	100%
12	Saya sering membaca berita-berita tentang tauhid di surat kabar	12	62	298	227	599
		2	10	50	38	100%
13	Saya sering membaca berita-berita tentang	17	50	333	198	599

	Ibadah di surat kabar	3	8	56	33	100%
14	Saya selalu membaca berita-berita tentang syariah di surat kabar	6	51	297	245	599
		1	8	50	41	100%
15	Saya selalu membaca berita-berita tentang muamalah di surat kabar	19	60	267	253	599
		3	10	45	42	100%
16	Saya selalu membaca berita-berita tentang siyasah (politik) di surat kabar	8	37	329	225	599
		1	6	55	38	100%
17	Saya selalu membaca berita-berita tentang sosial di surat kabar	7	34	364	194	599
		1	6	61	32	100%
18	Saya senang membaca berita-berita tentang budaya di surat kabar	32	55	301	211	599
		6	9	50	35	100%
19	Berita-berita tentang Alquran sering saya baca dan pahami di surat kabar	9	44	260	286	599
		2	7	43	48	100%
20	Saya senang membaca berita-berita tentang hadis di surat kabar	6	45	240	308	599
		1	8	40	51	100%
21	Saya merasa puas dengan berita-berita akhlak di surat kabar	7	50	273	269	599
		1	8	46	45	100%
	Jumlah	276	1004	646 1	4837	12578
	Jumlah x bobot	276	2008	193 83	19348	41015
	Skor tertinggi	50312.				

Berdasarkan data pada tabel 18, terlihat bahwa persepsi masyarakat Kota Binjai terhadap berita bernuansa Islam tergolong baik. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden tentang ketertarikan, keseriusan, ketuntasan dan keyakinan dari berita-berita bernuansa Islam sebahagian besar menyatakan setuju dan sangat setuju. Bila dilihat dari materi (isi) beritanya seperti tentang ketauhidan, kesyariahan, akhlak, politik dan lainnya, jawaban mereka sebahagian besar setuju dan sangat setuju.

Untuk mengetahui tinggi rendahnya angka rata-rata dari kuesioner mengenai persepsi masyarakat dalam membaca berita bernuansa Islam digunakan penghitungan skor yang dipakai pada skala *Likert*<sup>213</sup>, yaitu dengan tahapan :

<sup>213</sup> Kriyantono Raachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006)), h. 136

1. Menentukan nilai skor tertinggi, yaitu dengan rumus jumlah responden kali (X) kuesiner kali (X) bobot tertinggi
2. Menjumlahkan nilai skor yang didapat dari jawaban responden.
3. Menentukan persentasi antara nilai skor yang didapat dengan nilai skor tertinggi dengan membagi nilai skor yang didapat dengan nilai skor tertinggi.
4. Mengkategorikan tingkatan yang didapat dengan kriteria sebagai berikut:
 

0% - 20%	=	Sangat buruk
21% - 40%	=	Buruk
41% - 60%	=	Cukup
61% - 80%	=	baik
81% - 100%	=	Sangat baik

Berdasarkan ketentuan di atas maka :

1. Nilai skor tertinggi persepsi terhadap berita bernuansa Islam responden adalah :  $599 \times 21 \times 4 = 50312$ .
2. Nilai skor yang didapat dari jawaban responden berdasarkan hitungan di atas adalah 41015.
3. Persentasi yang didapat adalah :  $41015 : 50312 = 0,81 = 81\%$ .
4. Berdasarkan kriteria di atas, persepsi terhadap berita bernuansa Islam responden pada tingkat kategori **sangat baik** (antara 81% - 100%).

Untuk mengetahui kecenderungan pilihan responden terhadap kuesioner yang diberikan, dapat dilihat dengan cara membagi Jumlah pilihan dengan jumlah angket.

**Tabel 26**

**Kecenderungan Respoden Mengenai Persepsi Masyarakat Tentang Berita Bernuansa Islam**

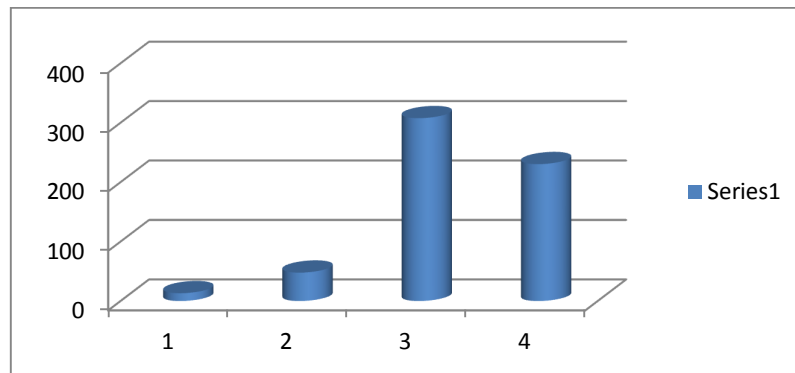
Alternatif	Jumlah	Jumlah	Jumlah pemilih

pilihan/Bobot	pilihan	kuesioner	
1	276	21	115
2	1004	21	208
3	6461	21	221
4	4837	21	55
	12578	21	599

Untuk memperjelas data di atas, dapat dilihat pada diagram yang menggambarkan tingkat bobot persepsi berita bernuansa Islam masyarakat Kota Binjai di bawah ini

**Diagram 1**

**Kecenderungan responden tentang persepsi berita bernuansa Islam**



## 2. Artikel Bernuansa Islam

Isi surat kabar selain berita yang dijadikan sub variabel adalah artikel. Untuk mengetahui persepsi masyarakat Kota Binjai tentang artikel di surat kabar dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 27

Akumulasi Jawaban Respoden Mengenai Persepsi Tentang Artikel Bernuansa Islam Di  
Surat Kabar

NO	Pertanyaan	Skor Persepsi				Σ
		TS	KS	S	SS	
		1	2	3	4	Σ
1	Membaca artikel bernuansa Islam di Surat Kabar merupakan kegemaran saya	2	36	298	263	599
		0	6	50	44	100%
2	Saya membaca sampai selesai artikelnnya	3	34	284	278	599
		1	6	47	46	100%
3	Saya senang membaca artikel bernuansa Islam di Surat Kabar	6	36	331	226	599
		1	6	55	38	100%
4	Saya terarik dengan artikel-artikel keislaman	6	33	339	221	599
		1	5	57	37	100%
5	Saya membaca dan memperhatikan dengan serius artikel-artikel tentang Islam	14	42	290	253	599
		2	7	49	42	100%
6	Jika ada artikel-artikel keislaman, saya membacanya sambil lalu saja	4	110	210	275	599
		1	18	35	46	100%
7	Saya meyakini artikel-artikel Islam di Surat Kabar	12	52	303	232	599
		2	9	51	38	100%
8	Saya memahami artikel-artikel tentang Islam di surat kabar	15	42	289	253	599
		3	7	48	42	100%
9	Saya merasa puas setelah membaca artikel-artikel yang bernuansa Islam	1	47	294	257	599
		0	8	49	43	100%
0	Saya sering membaca artikel-artikel yang bernuansa Islam di surat kabar	12	42	347	198	599
		2	7	58	33	100%



11	Artikel-artikel Islam berpengaruh terhadap pola pikir saya tentang Islam	3	36	313	247	599
		1	6	52	41	100%
12	Saya sering membaca artikel-artikel tentang tauhid di surat kabar	1	43	260	295	599
		0	7	44	49	100%
13	Saya mengamalkan ajaran tauhid yang terdapat di surat kabar	2	67	268	262	599
		0	11	45	44	100%
14	Saya sering membaca artikel-artikel tentang Ibadah di surat kabar	4	33	310	252	599
		1	5	52	42	100%
15	Saya mempraktikkan ibadah dalam kehidupan saya	4	36	287	272	599
		1	6	48	45	100%
16	Saya selalu membaca artikel-artikel tentang syariah di surat kabar	5	36	291	267	599
		1	6	49	44	100%
17	Saya mengambil sebuah pelajaran tentang syariat di surat kabar	5	49	293	252	599
		1	8	49	42	100%
18	Saya selalu membaca artikel-artikel tentang muamalah di surat kabar	13	69	305	212	599
		2	12	51	35	100%
19	Saya mempraktekkan pelajaran muamalah yang terdapat di surat kabar	6	49	312	232	599
		1	8	52	39	100%
20	Saya selalu membaca artikel-artikel tentang siyasah (politik) di surat kabar	3	46	303	247	599
		1	8	50	41	100%
21	Saya mempelajari kajian politik dari surat kabar	5	54	314	226	599
		1	9	52	38	100%
22	Saya selalu membaca artikel-artikel tentang sosial di surat kabar	4	38	357	200	599
		1	6	60	33	100%
23	Saya merasa senang dan puas	2	31	330	236	599

	membaca artikel di surat kabar	0	5	55	40	100%
24	Saya senang membaca artikel-artikel tentang budaya di surat kabar	6	27	377	189	599
		1	4	63	32	100%
25	Saya memperhatikan budaya melalui surat kabar	5	47	336	211	599
		1	8	56	35	100%
26	Artikel-artikel tentang Alquran sering saya baca dan pahami di surat kabar	7	43	301	248	599
		1	7	50	42	100%
27	Saya belajar memahami kandungan Alquran melalui artikel di surat kabar	8	63	275	253	599
		1	11	46	42	100%
28	Saya senang membaca artikel-artikel tentang hadis di surat kabar	7	55	259	278	599
		1	9	43	47	100%
29	Saya mempelajari hadis melalui artikel di surat kabar	17	81	244	257	599
		3	13	41	43	100%
30	Saya merasa puas dengan artikel-artikel akhlak di surat kabar	12	51	305	231	599
		2	8	51	39	100%
31	Saya mempelajari dan mengamalkan akhlak Nabi dalam kehidupan melalui artikel di surat kabar	11	48	278	262	599
		2	8	46	44	100%
	Jumlah	205	1476	9303	7585	18569
	Jumlah x bobot	205	2952	27909	30340	61406
	Skor tertinggi	74276				

Untuk mengetahui tinggi rendahnya angka rata-rata dari kuesioner tentang persepsi masyarakat terhadap artikel bernuansa Islam, digunakan penghitungan skor yang dipakai pada skala *Likert*, seperti di atas. Berdasarkan ketentuan tersebut didapat :

1. Nilai skor tertinggi persepsi terhadap artikel bernuansa Islam responden adalah :  $599 \times 31 \times 4 = 74276$ .

2. Nilai skor yang didapat dari jawaban responden berdasarkan hitungan di atas adalah 61406.
3. Persentasi yang didapat adalah :  $61406 : 74276 = 0,83 = 83\%$ .
4. Berdasarkan kriteria di atas berarti artikel bernuansa Islam responden pada tingkat kategori **sangat baik** (antara 81% - 100%).

Pada tabel di atas, ada data yang sangat menarik tentang artikel bernuansa Islam. Di antaranya adalah rata-rata responden menyatakan setuju dan sangat setuju mereka mempelajari makna al-Quran dan hadits melalui artikel di surat kabar. Jika diakumulasikan angkanya mencapai 90%. Hal ini berarti bahwa artikel bernuansa Islam mampu memperkenalkan al-Quran dan hadits lebih luas kepada masyarakat.

Untuk melihat kecenderungan pilihan responden terhadap kuesioner yang diberikan, dapat dilihat dengan cara membagi Jumlah pilihan jawaban dibagi jumlah angket.

**Tabel 28**

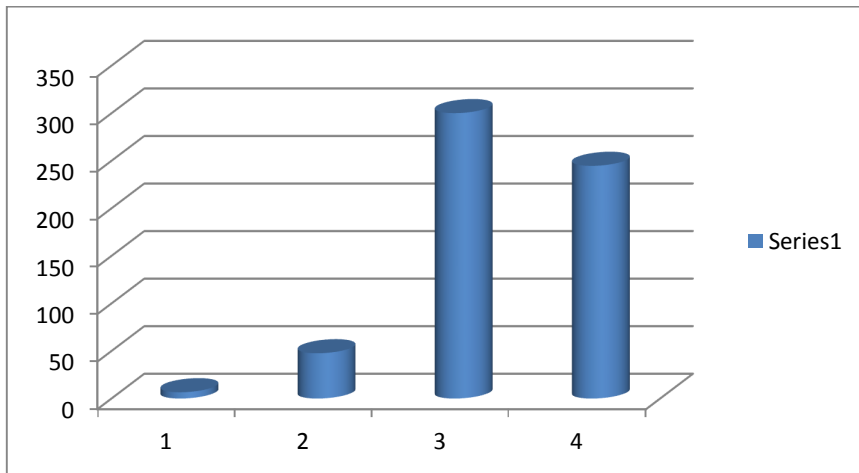
**Kecenderungan Respoden Mengernai Persepsi Masyarakat Tentang Artikel Bernuansa Islam Di Surat Kabar**

	205	1476	9303	7585
Alternatif pilihan/Bobot	Jumlah pilihan	Jumlah kuesioner	Jumlah pemilih	
1	205	31	7	
2	1476	31	48	
3	9303	31	300	
4	7585	31	245	
	18569	31	599	

Untuk memperjelas data di atas, dapat dilihat pada diagram yang menggambarkan tingkat bobot persepsi terhadap artikel bernuansa Islam masyarakat Kota Binjai di bawah ini.

**Diagram 2**

**Kecenderungan responden tentang artikel bernuansa Islam**



**D. Perilaku Beragama**

Variabel perilaku beragama memiliki beberapa sub variabel, yaitu: Peduli terhadap lingkungan, Pola hidup sehat, iklim komunikasi Islami, kepedulian sosial, pengamalan salat. Untuk mengetahui bobot masing-masing sub variabel, diberikan beberapa pertanyaan kepada para responden berdasarkan sub variabel.

1. Bobot perilaku responden dalam sub variabel peduli terhadap lingkungan tertera pada tabel berikut:

**Tabel 29**

**Kepedulian Terhadap Lingkungan**

No	Pertanyaan	Skor Persepsi			
		TS	KS	S	SS

		1	2	3	4	Ū
1	Saya peduli terhadap kelestarian hutan sebagai ekosistem keberlangsungan hidup flora dan fauna	8	28	350	213	599
		1	5	58	36	100%
2	Berita dan artikel bernuansa Islam selalu memotivasi saya untuk menjaga lingkungan rumah agar tetap bersih	4	29	358	208	599
		1	4	60	35	100%
3	Berita dan artikel bernuansa Islam selalu juga memotivasi saya untuk menjaga lingkungan kerja agar tetap bersih	5	24	343	227	599
		1	4	57	38	100%
4	Berita dan artikel bernuansa Islam sering memotivasi saya untuk menjaga lingkungan tempat tinggal dan masyarakat agar tetap bersih dan indah	4	27	312	256	599
		1	4	52	43	100%
5	Saya membuat taman karena peduli terhadap kehidupan flora dan fauna	1	23	329	246	599
		0	4	55	41	100%
6	Saat ini saya memelihara beberapa flora dan fauna dirumah	4	64	283	248	599
		1	11	47	41	100%
	Jumlah	26	195	1975	1398	3594
	Jumlah x bobot	26	390	5925	5592	11933
	Skor tertinggi	14376				

Untuk mengetahui tinggi rendahnya angka rata-rata dari kuesioner tentang peduli terhadap lingkungan, digunakan penghitungan skor yang dipakai pada skala *Likert*, seperti tertera di atas. Berdasarkan ketentuan tersebut didapat :

1. Nilai skor tertinggi kepedulian responden terhadap lingkungan adalah :  
 $599 \times 6 \times 4 = 14376$ .

2. Nilai skor yang didapat dari jawaban responden berdasarkan hitungan di atas adalah 11933.
3. Persentasi yang didapat adalah :  $11933 : 14376 = 0,83 = 83\%$ .
4. Berdasarkan kriteria di atas berarti kepedulian responden terhadap lingkungan pada tingkat kategori **sangat baik** (antara 81% - 100%).

Data di atas menjelaskan bahwa berita dan artikel keagamaan telah memberikan motivasi para pembaca untuk menjaga lingkungannya agar bersih dan indah serta terjaga kelestariannya. Pernyataan ini didukung dengan ada 43% responden yang menyatakan sangat setuju dengan pernyataan itu.

Untuk melihat kecenderungan pilihan responden terhadap kuesioner yang diberikan, dapat dilihat dengan cara membagi Jumlah pilihan jawaban dibagi jumlah angket.

**Tabel 30**

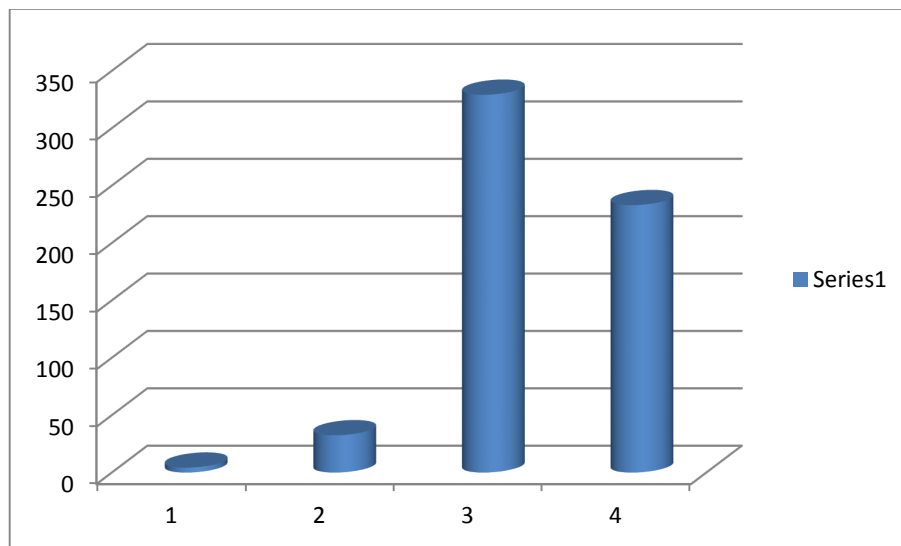
**Kecenderungan Respoden Tentang Kepedulian Terhadap Lingkungan**

	205	1476	9303	7585
Alternatif pilihan/Bobot	Jumlah pilihan	Jumlah kuesioner	Jumlah pemilih	
1	26	6	4	
2	195	6	33	
3	1975	6	329	
4	1398	6	233	
	3594	6	599	

Untuk memperjelas data di atas, dapat dilihat pada diagram yang menggambarkan tingkat bobot kepedulian terhadap lingkungan masyarakat Kota Binjai di bawah ini.

**Diagram 3**

**Kecenderungan responden tentang kepedulian terhadap lingkungan**



- Bobot perilaku beragama responden dalam sub variabel pola hidup sehat tertera pada tabel berikut:

**Tabel 31**

**Pola Hidup Sehat**

No	Pertanyaan	Skor Persepsi				Σ
		TS	KS	S	SS	
		1	2	3	4	
1	Berita dan artikel bernuansa Islam	5	18	315	261	599

	berpegaruh terhadap kepedulian akan kebersihan jasmani saya	1	3	53	44	100%
2	Saya memilih makanan yang halal untuk kesehatan karena sering mendapat informasi melalui berita dan artikel Islam	4	14	296	285	599
		1	2	49	48	100%
3	Saya selalu makan setelah lapar dan berhenti sebelum kenyang	2	20	291	286	599
		0	3	49	48	100%
4	Saya selalu makan tepat waktu dan tidak pernah telat serta sesuai dengan porsinya	3	21	333	242	599
		1	3	56	40	100%
5	Saya berkerja sesuai dengan waktu yang diberikan	4	34	300	261	599
		1	6	50	43	100%
6	Saya menggunakan waktu untuk beristirahat dengan baik	3	24	377	195	599
		1	4	63	32	100%
	Jumlah	21	131	1912	1530	3594
	Jumlah x bobot	21	262	5736	6120	12139
	Skor tertinggi	14376				

Untuk mengetahui tinggi rendahnya angka rata-rata dari kuesioner tentang perilaku hidup sehat, digunakan penghitungan skor yang dipakai pada skala *Likert*, seperti di atas. Berdasarkan ketentuan tersebut didapat :

1. Nilai skor tertinggi persepsi terhadap pola hidup sehat responden adalah :  
 $599 \times 6 \times 4 = 14376$ .
2. Nilai skor yang didapat dari jawaban responden berdasarkan hitungan di atas adalah 12139.
3. Persentasi yang didapat adalah :  $12139 : 14376 = 0,84 = 84\%$ .
4. Berdasarkan kriteria di atas berarti pola hidup sehat responden pada tingkat kategori **sangat baik** (antara 81% - 100%).



Data di atas menjelaskan bahwa berita dan artikel keagamaan telah memberikan motivasi para pembaca untuk memperhatikan pola hidup sehat. Pernyataan ini didukung dengan ada 43% responden yang menyatakan sangat setuju dengan pernyataan itu.

Untuk melihat kecenderungan pilihan responden terhadap kuesioner yang diberikan, dapat dilihat dengan cara membagi Jumlah pilihan jawaban dibagi jumlah angket.

**Tabel 32**

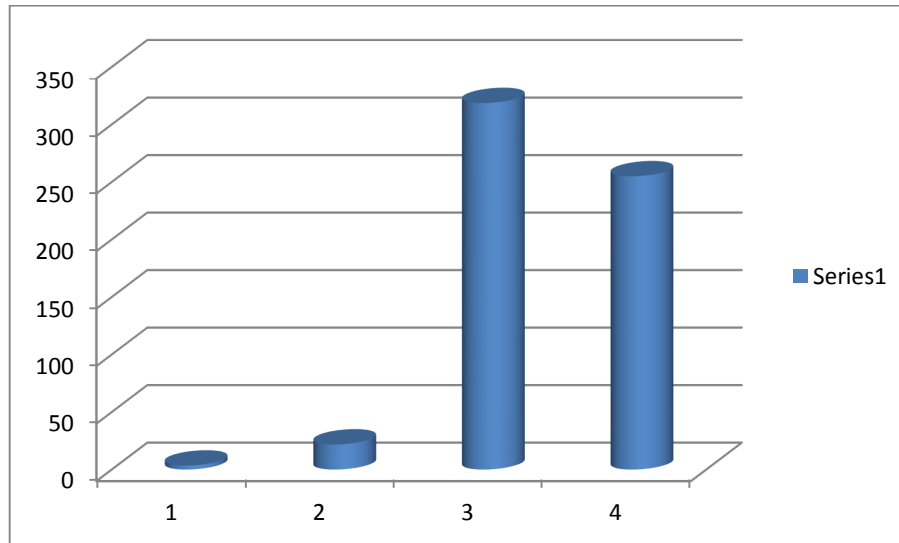
**Kecenderungan Respoden Tentang Pola Hidup Sehat**

Alternatif pilihan/Bobot	Jumlah pilihan	Jumlah kuesioner	Jumlah pemilih
1	21	6	4
2	131	6	22
3	1912	6	319
4	1530	6	255
	3594	6	599

Untuk memperjelas data pada tabel 25 tersebut, dapat dilihat pada diagram yang menggambarkan tingkat bobot persepsi terhadap artikel bernuansa Islam masyarakat Kota Binjai di bawah ini.

**Diagram 4**

**Kecenderungan respoden tentang pola hidup sehat**



3. Bobot perilaku responden dalam sub variabel iklim komunikasi Islami tertera pada tabel berikut:

**Tabel 33**

**Iklim Komunikasi Islami**

No	Pertanyaan	Skor Persepsi				
		TS	KS	S	SS	
		1	2	3	4	Ū
1	Saya selalu menyisihkan waktu untuk keluarga	0	7	378	214	599
		0	1	63	36	100%
2	Saya menggunakan waktu senggang untuk bersosialisasi dengan warga sekitar	0	11	368	220	599
		0	2	61	37	100%
3	Saya berkomunikasi yang santun di dalam keluarga karena termotivasi dengan berita dan artikel di surat kabar	0	12	348	239	599
		0	2	58	40	100%
4	Berita dan artikel keislaman memo-	0	14	331	254	599

	tivasi saya untuk menyapa orang lain ditempat kerja dengan santun	0	2	55	43	100%
5	Berita dan artikel Islam juga memotivasi saya untuk bertutur yang santun di masyarakat luas	0	14	334	251	599
		0	2	56	42	100%
6	Saya tidak membalas ketika orang lain menghina saya	0	30	334	235	599
		0	5	56	39	100%
7	Saya tetap menghargai dan menghormati orang yang telah menghina dan mencaci saya meskipun usianya lebih muda dari saya	0	23	319	257	599
		0	4	53	43	100%
8	Saya menjaga lisan dan ucapan saya ketika berada dilingkungan keluarga	0	16	290	293	599
		0	3	48	49	100%
9	Saya termotivasi dengan berita dan artikel Islam tentang ucapan santun ditempat kerja	0	28	335	236	599
		0	5	56	39	100%
10	Berita dan artikel Islam memotivasi saya untuk berucap dan bertutur yang santun di masyarakat luas	0	28	350	221	599
		0	5	58	37	100%
	Jumlah	0	183	3387	2420	5990
	Jumlah x bobot	0	366	10161	9680	20207
	Skor tertinggi	23960				

Untuk mengetahui tinggi rendahnya angka rata-rata dari kuesioner tentang iklim komunikasi Islami, digunakan penghitungan skor yang dipakai pada skala *Likert*, seperti di atas. Berdasarkan ketentuan tersebut didapat :

1. Nilai skor tertinggi persepsi terhadap artikel bernuansa Islamresponden adalah :  $599 \times 10 \times 4 = 23960$ .
2. Nilai skor yang didapat dari jawaban responden berdasarkan hitungan di atas adalah 20207.
3. Persentasi yang didapat adalah :  $20207 : 23960 = 0,84 = 84\%$ .

4. Berdasarkan kriteria di atas berarti iklim komunikasi Islami responden pada tingkat kategori **sangat baik** (antara 81% - 100%).

Untuk melihat kecenderungan pilihan responden terhadap kuesioner yang diberikan, dapat dilihat dengan cara membagi jumlah pilihan jawaban dibagi jumlah angket.

**Tabel 34**

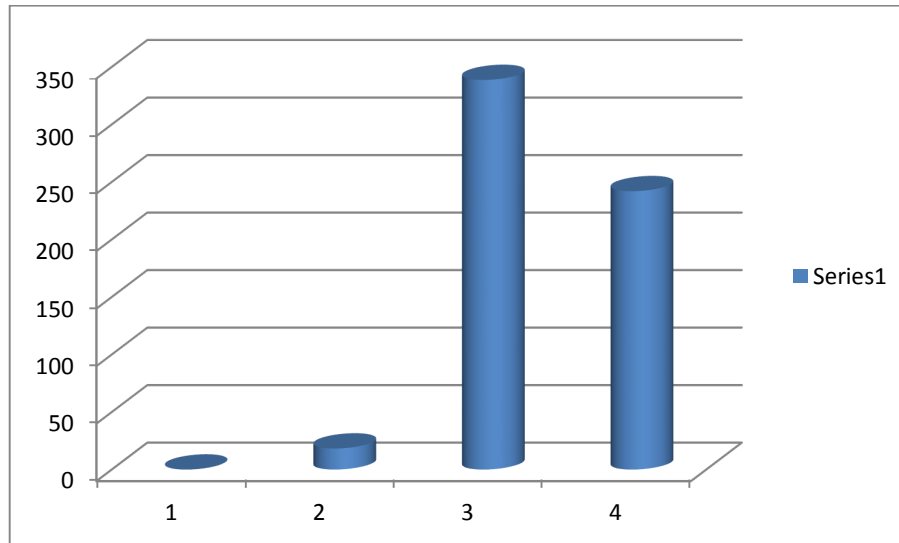
**Kecenderungan Respoden Tentang Iklim Komunikasi Islami**

Alternatif pilihan/Bobot	Jumlah pilihan	Jumlah kuesioner	Jumlah pemilih
1	0	10	0
2	183	10	18
3	3387	10	339
4	2420	10	242
	5990	10	599

Untuk memperjelas data di atas, dapat dilihat pada diagram yang menggambarkan tingkat bobot iklim komunikasi Islami masyarakat Kota Binjai berikut ini.

**Diagram 5**

**Kecenderungan respoden tentang iklim komunikasi Islami**



4. Bobot perilaku responden dalam sub variabel Kepedulian Sosial tertera pada tabel berikut:

**Tabel 35**

**Kepedulian Sosial**

No	Pertanyaan	Skor Persepsi				Σ
		TS	KS	S	SS	
		1	2	3	4	
1	Saya peduli terhadap kemandulan orang lain karna belajar dari berita dan artikel Islam	0	19	332	248	599
		0	3	55	42	100%
2	Saya selalu menyantuni fakir miskin karna sering membaca berita dan artikel Islam	0	15	338	246	599
		0	3	56	41	100%
3	Saya menyantuni anak yatim karena belajar dari berita dan artikel Islam	0	23	318	258	599
		0	4	53	43	100%
4	Saya sering menjenguk saudara seakidah maupun tidak ketika sakit	0	12	369	218	599
		0	2	62	36	100%
5	Saya membantu masyarakat yang	0	33	324	242	599

	sedang mengadakan pesta	0	6	54	40	100%
6	Saya selalu tanggap terhadap bencana yang terjadi di daerah karena mengetahuinya melalui berita dan artikel di surat kabar	0	20	341	238	599
		0	3	57	40	100%
7	Saya memberikan bantuan materi terhadap musibah yang terjadi di luar kota karena sebelumnya tahu dari berita dan artikel di surat kabar	0	19	342	238	599
		0	3	57	40	100%
8	Saya memberikan bantuan materi terhadap musibah yang terjadi di luar negeri karena sebelumnya tahu dari berita dan artikel di surat kabar	0	32	287	280	599
		0	5	48	47	100%
	Jumlah	0	173	2650	1968	4791
	Jumlah x bobot	0	346	7950	7872	16168
	Skor tertinggi	19164				

Untuk mengetahui tinggi rendahnya angka rata-rata dari kuesioner tentang Kepedulian sosial, digunakan penghitungan skor yang dipakai pada skala *Likert*, seperti di atas. Berdasarkan ketentuan tersebut didapat :

1. Nilai skor tertinggi persepsi terhadap kepedulian sosial responden adalah :  
 $599 \times 8 \times 4 = 19164$ .
2. Nilai skor yang didapat dari jawaban responden berdasarkan hitungan di atas adalah 16168.
3. Persentasi yang didapat adalah :  $16168 : 19164 = 0,84 = 84\%$ .
4. Berdasarkan kriteria di atas berarti kepedulian sosial responden pada tingkat kategori **sangat baik** (antara 81% - 100%).

Untuk melihat kecenderungan pilihan responden terhadap kuesioner yang diberikan, dapat dilihat dengan cara membagi Jumlah pilihan jawaban dibagi jumlah angket.

**Tabel 36**

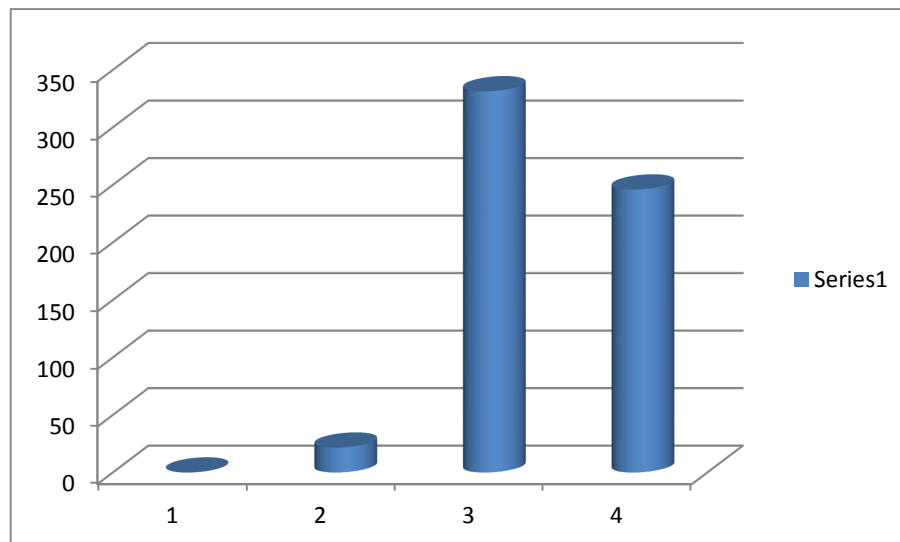
**Kecenderungan Respoden Tentang Iklim Komunikasi Islami**

Alternatif pilihan/Bobot	Jumlah pilihan	Jumlah kuesioner	Jumlah pemilih
1	0	8	0
2	173	8	22
3	2651	8	331
4	1968	8	246
	4792	8	599

Untuk memperjelas data di atas, dapat dilihat pada diagram yang menggambarkan tingkat bobot iklim komunikasi Islami masyarakat Kota Binjai di bawah ini.

**Diagram 5**

**Kecenderungan responden tentang kepedulian sosial**



5. Bobot perilaku responden dalam sub variabel pelaksanaan salat tertera pada tabel berikut:

**Tabel 37**

**Pelaksanaan Salat**

No	Pertanyaan	Skor Persepsi				Σ
		TS	KS	S	SS	
		1	2	3	4	
1	Saya senantiasa mengerjakan salat fardu 5 kali sehari semalam	0	7	308	284	599
		0	1	52	47	100%
2	Walaupun saya dalam perjalanan (musyafir), saya senantiasa mengerjakan salat.	0	9	285	305	599
		0	1	48	51	100%
3	Saya sering mendirikan salat lima waktu di rumah bersama keluarga	0	17	290	292	599
		0	3	48	49	100%
4	Saya selalu mendirikan salat secara berjamaah di masjid terutama salat magrib dan isya	1	47	248	303	599
		0	8	41	51	100%
5	Saya selalu menyempatkan diri untuk mendirikan salat di tempat kerja walaupun kerjaan sangat padat	0	28	280	291	599
		0	5	47	48	100%
6	Saya selalu mengerjakan salat sunah rawatib	0	70	258	271	599
		0	12	43	45	100%
7	Saya juga senang mengerjakan salat sunnah dhuha	2	50	289	258	599
		0	9	48	43	100%
8	Saya tetap berusaha untuk sedapat mungkin mengerjakan slat tahajjut.	13	58	272	256	599
		2	10	45	43	100%
Jumlah		16	286	2230	2260	4792
Jumlah x bobot		16	572	6690	9040	16318
Skor tertinggi		19168				



Untuk mengetahui tinggi rendahnya angka rata-rata dari kuesioner tentang pelaksanaan salat, digunakan penghitungan skor yang dipakai pada skala *Likert*, seperti di atas. Berdasarkan ketentuan tersebut didapat :

1. Nilai skor tertinggi persepsi terhadap pelaksanaan salat responden adalah:  
 $599 \times 8 \times 4 = 19168$ .
2. Nilai skor yang didapat dari jawaban responden berdasarkan hitungan di atas adalah 16318.
3. Persentasi yang didapat adalah :  $16318 : 19168 = 0,85 = 85\%$ .
4. Berdasarkan kriteria di atas berarti pelaksanaan salat responden pada tingkat kategori **sangat baik** (antara 81% - 100%).

Untuk melihat kecenderungan pilihan responden terhadap kuesioner yang diberikan, dapat dilihat dengan cara membagi Jumlah pilihan jawaban dibagi jumlah angket.

**Tabel 38**

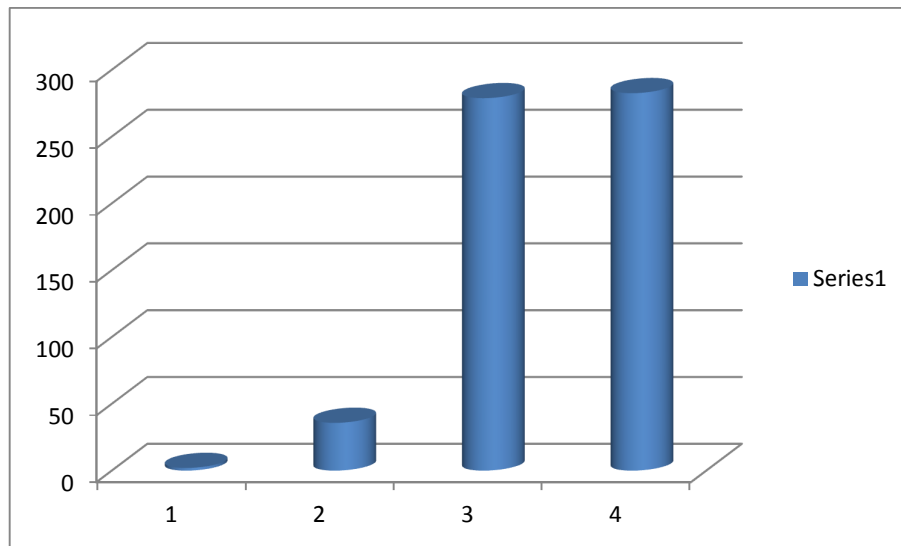
**Kecenderungan Respoden Tentang Pelaksanaan Salat**

Alternatif pilihan/Bobot	Jumlah pilihan	Jumlah kuesioner	Jumlah pemilih
1	16	8	2
2	286	8	36
3	2230	8	279
4	2260	8	283
	4792	8	599

Untuk memperjelas data di atas, dapat dilihat pada diagram yang menggambarkan tingkat bobot pelaksanaan salat masyarakat Kota Kota Binjai di bawah ini.

**Diagram 6**

**Kecenderungan responden tentang pelaksanaan salat**



Secara akumulasi perilaku beragama responden tertera pada tabel berikut:

**Tabel 39**

**Akumulasi Perilaku Beragama Responden**

No	Pertanyaan	Skor Persepsi				
		TS	KS	S	SS	
		1	2	3	4	Ū
1	Saya peduli terhadap kelestarian hutan sebagai ekosistem keberlangsungan hidup flora dan	8	28	350	213	599
		1	5	58	36	100%

	fauna					
2	Berita dan artikel bernuansa Islam selalu memotivasi saya untuk menjaga lingkungan rumah agar tetap bersih	4	29	358	208	599
		1	4	60	35	100%
3	Berita dan artikel bernuansa Islam selalu juga memotivasi saya untuk menjaga lingkungan kerja agar tetap bersih	5	24	343	227	599
		1	4	57	38	100%
4	Berita dan artikel bernuansa Islam sering memotivasi saya untuk menjaga lingkungan tempat tinggal dan masyarakat agar tetap bersih dan indah	4	27	312	256	599
		1	4	52	43	100%
5	Saya membuat taman karena peduli terhadap kehidupan flora dan fauna	1	23	329	246	599
		0	4	55	41	100%
6	Saat ini saya memelihara beberapa flora dan fauna dirumah	4	64	283	248	599
		1	11	47	41	100%
7	Berita dan artikel bernuansa Islam berpengaruh terhadap kepedulian akan kebersihan jasmani saya	5	18	315	261	599
		1	3	52	44	100%
8	Saya memilih makanan yang halal untuk kesehatan karena sering mendapat informasi melalui berita dan artikel Islam	4	14	296	285	599
		1	2	49	48	100%
9	Saya selalu makan setelah lapar dan berhenti sebelum kenyang	2	20	291	286	599
		0	3	49	48	100%
10	Saya selalu makan tepat waktu dan tidak pernah telat serta sesuai dengan porsinya	3	21	333	242	599
		1	3	56	40	100%
11	Saya berkerja sesuai dengan waktu yang diberikan	4	34	300	261	599
		1	6	50	43	100%
12	Saya menggunakan waktu untuk beristirahat dengan baik	3	24	377	195	599
		1	4	63	32	100%

13	Saya selalu menyisihkan waktu untuk keluarga	0	7	378	214	599
		0	1	63	36	100%
14	Saya menggunakan waktu senggang untuk bersosialisasi dengan warga sekitar	0	11	368	220	599
		0	2	61	37	100%
15	Saya berkomunikasi yang santun di dalam keluarga karena termotivasi dengan berita dan artikel di surat kabar	0	12	348	239	599
		0	2	58	40	100%
16	Berita dan artikel keislaman memotivasi saya untuk menyapa orang lain ditempat kerja dengan santun	0	14	331	254	599
		0	2	55	43	100%
17	Berita dan artikel Islam juga memotivasi saya untuk bertutur yang santun di masyarakat luas	0	14	334	251	599
		0	2	56	42	100%
18	Saya tidak membalas ketika orang lain menghina saya	0	30	334	235	599
		0	5	56	39	100%
19	Saya tetap menghargai dan menghormati orang yang telah menghina dan mencaci saya meskipun usianya lebih muda dari saya	0	23	319	257	599
		0	4	53	43	100%
20	Saya menjaga lisan dan ucapan saya ketika berada dilingkungan keluarga	0	16	290	293	599
		0	3	48	49	100%
21	Saya termotivasi dengan berita dan artikel Islam tentang ucapan santun ditempat kerja	0	28	335	236	599
		0	5	56	39	100%
22	Berita dan artikel Islam memotivasi saya untuk berucap dan bertutur yang santun di masyarakat luas	0	28	350	221	599
		0	5	58	37	100%
23	Saya peduli terhadap kemalangan orang lain karna belajar dari berita dan artikel Islam	0	19	332	248	599
		0	3	55	42	100%
24	Saya selalu menyantuni fakir miskin	0	15	338	246	599

	karna sering membaca berita dan artikel Islam	0	3	56	41	100%
25	Saya menyantuni anak yatim karena belajar dari berita dan artikel Islam	0	23	318	258	599
		0	4	53	43	100%
26	Saya sering menjenguk saudara seakidah maupun tidak ketika sakit	0	12	369	218	599
		0	2	62	36	100%
27	Saya membantu masyarakat yang sedang mengadakan pesta	0	33	324	242	599
		0	6	54	40	100%
28	Saya selalu tanggap terhadap bencana yang terjadi di daerah karena mengetahuinya melalui berita dan artikel di surat kabar	0	20	341	238	599
		0	3	57	40	100%
29	Saya memberikan bantuan materi terhadap musibah yang terjadi di luar kota karena sebelumnya tahu dari berita dan artikel di surat kabar	0	19	342	238	599
		0	3	57	40	100%
30	Saya memberikan bantuan materi terhadap musibah yang terjadi di luar negeri karena sebelumnya tahu dari berita dan artikel di surat kabar	0	32	287	280	599
		0	5	48	47	100%
31	Saya senantiasa mengerjakan salat fardu 5 kali sehari semalam	0	7	308	284	599
		0	1	52	47	100%
32	Walaupun saya dalam perjalanan (musyafir), saya senantiasa mengerjakan salat.	0	9	285	305	599
		0	1	48	51	100%
33	Saya sering mendirikan salat lima waktu di rumah bersama keluarga	0	17	290	292	599
		0	3	48	49	100%
34	Saya selalu mendirikan salat secara berjamaah di masjid terutama salat magrib dan isya	1	47	248	303	599
		0	8	41	51	100%
35	Saya selalu menyempatkan diri untuk mendirikan salat di tempat kerja walaupun kerjaan sangat padat	0	28	280	291	599
		0	5	47	48	100%

36	Saya selalu mengerjakan salat sunah rawatib	0	70	258	271	599
		0	12	43	45	100%
37	Saya juga senang mengerjakan salat sunnah dhuha	2	50	289	258	599
		0	9	48	43	100%
38	Saya tetap berusaha untuk sedapat mungkin mengerjakan slat tahajjut.	13	58	272	256	599
		2	10	45	43	100%
	Jumlah	63	968	12154	9576	22761
	Jumlah x bobot	63	1936	36462	38304	76765
	Skor tertinggi	91044				

Untuk mengetahui tinggi rendahnya angka rata-rata dari kuesioner tentang perilaku beragama secara kumulatif digunakan penghitungan skor yang dipakai pada skala *Likert*, seperti di atas. Berdasarkan ketentuan tersebut didapat :

1. Nilai skor tertinggi perilaku beragama responden adalah :  $599 \times 38 \times 4 = 91044$ .
2. Nilai skor yang didapat dari jawaban responden berdasarkan hitungan di atas adalah 76765.
3. Persentasi yang didapat adalah :  $76765 : 91044 = 0,84 = 84\%$ .
4. Berdasarkan kriteria di atas berarti perilaku beragama responden pada tingkat kategori **sangat baik** (antara 81% - 100%).

Untuk melihat kecenderungan pilihan responden terhadap kuesioner yang diberikan, dapat dilihat dengan cara membagi jumlah pilihan dengan jumlah angket.

Untuk melihat kecenderungan pilihan responden terhadap kuesioner yang diberikan, dapat dilihat dengan cara membagi jumlah pilihan jawaban dibagi jumlah angket.

**Tabel 40**

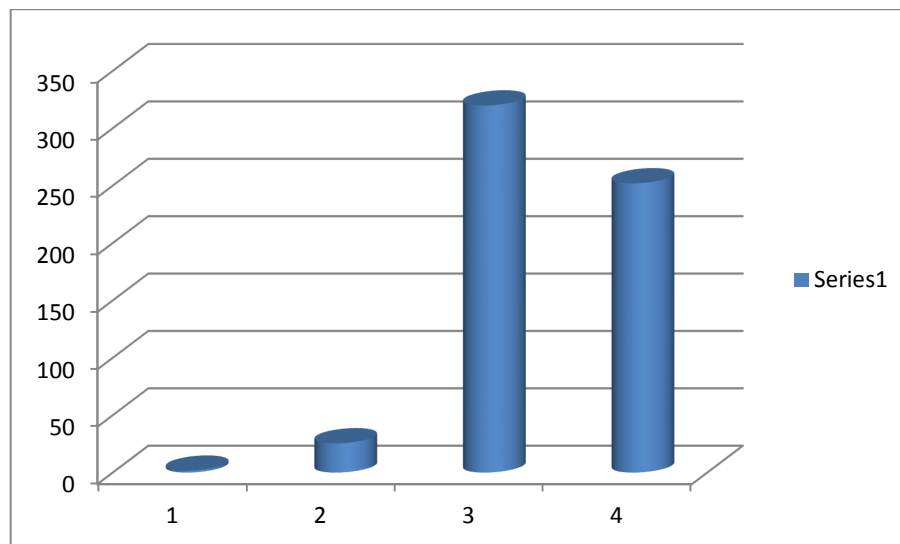
**Kecenderungan Responen Tentang Prilaku Beragama**

Alternatif pilihan/Bobot	Jumlah pilihan	Jumlah kuesioner	Jumlah pemilih
1	63	38	2
2	968	38	25
3	12154	38	320
4	9576	38	252
	22761	38	599

Untuk memperjelas data di atas, dapat dilihat pada diagram yang menggambarkan tingkat bobot perilaku beragama masyarakat muslim Kota Binjai di bawah ini.

**Diagram 8**

**Kecenderungan responden tentang perilaku beragama**



## D. Hasil Uji Instrumen

### 1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data untuk masing-masing data penelitian digunakan dengan uji chi kuadrat. Pengujian ini perlu dilakukan untuk membuktikan apakah data populasi berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas memakai chi kuadrat dengan menggunakan software SPSS 17,0 for windows. kriteria pengujian data distribusi normal jika  $X^2 \text{ hitung} < X^2 \text{ tabel}$  pada taraf signifikansi  $= 0,05$ . Dari perhitungungan uji chi kuadrat diperoleh hasil seperti tabel berikut:

Tabel 41

Rangkuman Hasil Analisis Uji Normalitas

Variabel	Df	$X^2$ hitung	$X^2$ tab	Keputusan
Berita	33	43,653 <sup>a</sup>	47,400	Normal
Artikel	30	40,019 <sup>a</sup>	43,773	Normal
Peduli lingkungan	35	37,991 <sup>a</sup>	49,802	Normal
Hidup sehat	33	35,996 <sup>a</sup>	47,400	Normal
Iklim komunikasi	36	41,464 <sup>a</sup>	50,998	Normal
Kepedulian sosial	16	23,776 <sup>a</sup>	26,296	Normal
Pelaksanaan Salat	33	39,153 <sup>a</sup>	47,400	Normal

Dari hasil uji normalitas pada Tabel di atas dapat dijelaskan bahwa seluruh variabel nilai  $X^2 \text{ hitung} < X^2 \text{ Tabel}$  nya dengan nilai alpha ( $\alpha = 0.05$ ). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keenam variabel tersebut adalah berdistribusi normal pada taraf signifikan  $= 0,05$  dan dapat dianalisa dengan menggunakan analisis korelasi regresi.

### 2. Uji Linieritas



Untuk membuktikan apakah data variabel bebas memiliki hubungan yang linier dengan variabel terikat, maka dilakukan uji linieritas. Teknik yang digunakan adalah teknik analisis regresi sederhana. Kriteria linier ditunjukkan apabila nilai  $F_{Tabel} < F_{hitung}$  pada taraf signifikan  $= 0,05$  atau  $= 0,01$ .<sup>214</sup>

Hasil ringkasan dari uji linieritas antara variabel bebas dengan variabel terikat dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 42**

**Rangkuman Hasil Analisis Uji Linieritas**

No.	Korelasi	F hitung	F Tabel = 0,05	Garis Regresi
1	Berita bernuansa Islami dengan Peduli lingkungan	38,820	2,619	linier
2	Berita bernuansa Islami dengan pola hidup sehat	4,228	2,619	linier
3	Berita bernuansa Islami dengan Iklim komunikasi	16,595	2,619	linier
4	Berita bernuansa Islami dengan Kepedulian sosial	12,209	2,619	linier
5	Berita bernuansa Islami dengan Salat	14,635	2,619	linier
6	Artikel bernuansa Islami dengan peduli lingkungan sehat	83,514	2,619	linier
7	Artikel bernuansa Islami dengan Hidup sehat	4,010	2,619	linier
8	Artikel bernuansa Islami dengan Iklim komunikasi	26,614	2,619	linier
9	Artikel bernuansa Islami dengan Kepedulian sosial	23,372	2,619	linier

<sup>214</sup> Wahid Sulaiman, *Jalan Pintar Menguasai SPSS* (Jogjakarta: Andi Offset, 2002), h. 81.

10	Artikel bernuansa Islami dengan Salat	32,194	2,619	linier
----	---------------------------------------	--------	-------	--------

### E. Penerimaan atau Penolakan Hipotesis

Pada penelitian ini variabel independent adalah persepsi masyarakat tentang berita dan artikel bernuansa Islam. Variabel dependent adalah perilaku beragama yang meliputi kepedulian terhadap lingkungan hidup, pola hidup sehat, iklim komunikasi Islami, kepedulian sosial dan pelaksanaan salat responden.

Untuk mengetahui apakah ada korelasi (hubungan) di antara tiga pengamatan (variabel), terlebih dahulu harus diketahui nilai *koefisien regresi* (b). Ketentuan yang berlaku adalah :

1.  $H_0 : b = 0$ . Artinya nilai (b) sama dengan nol (0), berarti tidak ada hubungan linier antara variabel independen dan dependen.
2.  $H_1 : b \neq 0$ . Artinya nilai (b) tidak sama dengan nol (0), berarti ada hubungan linier antara variabel independen dan dependen.<sup>215</sup>

Sedangkan untuk menguji tingkat signifikansi hubungan di antara dua variabel, maka ketentuan yang berlaku adalah: bila t hitung > (lebih besar) dari t tabel, maka  $H_0$  ditolak, artinya kedua memiliki hubungan linier pada tingkat signifikansi tertentu. Harga t tabel dengan  $N = 599$  untuk tingkat signifikansi 0.05 (5%) adalah 1,96. Sedangkan untuk tingkat signifikansi 0.01 (1%) adalah 2,58. Untuk mempermudah penghitungannya, maka digunakan alat bantu SPSS versi 17,0.

Kemudian untuk mengkomparasikan dengan perhitungan korelasi *Pearson*, berlaku ketentuan sebagai berikut :

1. Bila diujung angka korelasi terdapat dua tanda bintang (\*\*), berarti korelasi diantara dua variabel signifikan pada tingkat 1% (tingkat kepercayaan 99%) atau sangat signifikan searah (positif). Dan bila di depan angka korelasi terdapat tanda minus atau negatif (-) berarti sangat signifikan berlawanan arah (negatif).

---

<sup>215</sup> Wahid Sulaiman, *Jalan....*, h. 150.

2. Bila di ujung angka korelasi terdapat satu tanda bintang (\*), berarti korelasi diantara dua variabel signifikan pada tingkat 5% (tingkat kepercayaan 95%) atau signifikan searah (positif). Dan bila di depan angka korelasi terdapat tanda minus atau negatif (-) berarti signifikan berlawanan arah (negatif).
3. Bila di ujung angka korelasi tidak terdapat tanda bintang, berarti korelasi diantara dua variabel signifikan pada tingkat di atas 5% (tingkat kepercayaan < 95%) atau memiliki korelasi yang tidak signifikan searah (positif). Dan bila di depan angka korelasi terdapat tanda minus atau negatif (-) berarti tidak signifikan berlawanan arah (negatif).
4. Bila angka korelasi menunjukkan angka nol, berarti kedua variabel tidak memiliki korelasi<sup>216</sup>.

## F. Pengujian Hipotesis

Pada penelitian ini, ada 3 hipotesis yang akan diuji dengan korelasi *Pearson* dan Regresi. Analisis korelasi untuk menyatakan derajat keeratan hubungan antara variabel (tingkat signifikansi). Sedangkan analisis regresi digunakan dalam peramalan variabel dependent berdasarkan variabel-variabel independent-nya.

### 1. Pengujian Hipotesis 1

Hipotesis 1 adalah "Persepsi masyarakat tentang berita bernuansa Islam di surat kabar harian terbitan Medan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku beragama (kepedulian lingkungan hidup, pola hidup sehat, iklim komunikasi Islami, kepedulian sosial, dan pelaksanaan salat) masyarakat Kota Binjai." Hipotesis ini diuji dengan menggunakan korelasi *Pearson*.

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan alat bantu SPSS, diketahui bahwa (b) tidak sama dengan nol ( $b \neq 0$ ). Dengan demikian berarti ada hubungan linier antara variabel. Kemudian untuk mengetahui tingkat signifikansi kedua variabel, dapat dilihat pada tabel output *correlation Pearson* sebagai berikut :

---

<sup>216</sup> Wahid Sulaiman, *Jalan...*, h. 116.

Data korelasi antara berita dan perilaku beragama

Correlations

		berita	peduli lingkungan	hidup sehat	iklim komunikasi	kepedulian sosial	salat
berita	Pearson Correlation	1	.247**	.084*	.164**	.142**	.155**
	Sig. (2-tailed)		.000	.040	.000	.001	.000
	N	599	599	599	599	599	599
peduli lingkungan	Pearson Correlation	.247**	1	.556**	.568**	.517**	.429**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	599	599	599	599	599	599
hidup sehat	Pearson Correlation	.084*	.556**	1	.514**	.640**	.396**
	Sig. (2-tailed)	.040	.000		.000	.000	.000
	N	599	599	599	599	599	599
iklim komunikasi	Pearson Correlation	.164**	.568**	.514**	1	.561**	.489**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	599	599	599	599	599	599
kepedulian sosial	Pearson Correlation	.142**	.517**	.640**	.561**	1	.721**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.000

	N	599	599	599	599	599	599
salat	Pearson Correlation	.155**	.429**	.396**	.489**	.721**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	599	599	599	599	599	599

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan perhitungan yang tertera pada tabel korelasi di atas persepsi terhadap berita bernuansa Islam hampir seluruh komponen perilaku beragama memiliki korelasi yang **sangat signifikan**. Hanya pada pola hidup sehat saja korelasinya **signifikan** (084<sup>\*</sup>). Sedangkan angka korelasi yang paling tinggi adalah kepedulian terhadap lingkungan dengan angka korelasi 0,247\*\* (sangat signifikan).

Bila seluruh sub variabel perilaku beragama diakumulasikan, maka angka korelasinya sebagai berikut:

#### Correlations

		berita	Prilaku beragama
Berita	Pearson Correlation	1	.198**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	599	599
Prilaku beragama	Pearson Correlation	.198**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	599	599

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Data korelasi di atas menjelaskan bahwa korelasi antara persepsi tentang berita bernuansa Islam dengan perilaku beragama adalah **sangat signifikan** dengan angka korelasi 0,198\*\*. Artinya semakin baik persepsi masyarakat Kota Binjai terhadap berita bernuansa Islam, maka semakin baik pula perilaku beragamanya.

Selanjutnya untuk menerangkan kontribusi persepsi terhadap berita bernuansa Islam terhadap perilaku beragama masyarakat Kota Binjai dapat dilihat pada tabel output berikut:

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.198 <sup>a</sup>	.319	.037	8.59273

a. Predictors: (Constant), Prilaku beragama

Pada tabel Model Summary diperoleh tingkat hubungan antara variabel  $R = 0,189$ . Nilai  $R^2 = 0,319$ . Artinya variabel persepsi terhadap berita bernuansa Islam memberikan kontribusi sebesar 31,9% dari variabel perilaku beragama. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Dengan demikian berarti hipotesis diterima.

## 2. Hipotesis 2

Hipotesis 2 adalah "Persepsi masyarakat tentang artikel bernuansa Islam di surat kabar harian terbitan Medan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku beragama (kepedulian lingkungan hidup, pola hidup sehat, iklim komunikasi Islami, kepedulian sosial, dan pelaksanaan salat) masyarakat Kota Binjai". Hipotesis ini diuji dengan menggunakan korelasi *Pearson*.

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 17,0 diketahui bahwa (b) tidak sama dengan nol (b = 0). Dengan demikian berarti ada hubungan linier antara variabel. Kemudian untuk mengetahui tingkat signifikansi kedua variabel, dapat dilihat pada tabel korelasi sebagai berikut :

Data korelasi antara artikel dan perilaku beragama

**Correlations**

		artikel	peduli lingkungan	hidup sehat	iklim komunikasi	kepedulian sosial	salat
artikel	Pearson Correlation	1	.350**	.082*	.207**	.194**	.226**
	Sig. (2-tailed)		.000	.046	.000	.000	.000
	N	599	599	599	599	599	599
peduli lingkungan	Pearson Correlation	.350**	1	.556**	.568**	.517**	.429**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	599	599	599	599	599	599
hidup sehat	Pearson Correlation	.082*	.556**	1	.514**	.640**	.396**
	Sig. (2-tailed)	.046	.000		.000	.000	.000
	N	599	599	599	599	599	599
iklim komunikasi	Pearson Correlation	.207**	.568**	.514**	1	.561**	.489**
	Sig. (2-tailed)						
	N	599	599	599	599	599	599

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	599	599	599	599	599	599
kepedulian sosial	Pearson Correlation	.194**	.517**	.640**	.561**	1	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	599	599	599	599	599	599
Salat	Pearson Correlation	.226**	.429**	.396**	.489**	.721**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	599	599	599	599	599	599

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan perhitungan yang tertera pada tabel korelasi tersebut persepsi terhadap berita bernuansa Islam hampir seluruh komponen perilaku agama Islam memiliki korelasi yang **sangat signifikan**. Hanya pada pola hidup sehat saja korelasinya **signifikan** (0,82\*). Sedangkan angka korelasi yang paling tinggi adalah kepedulian terhadap lingkungan dengan angka korelasi 0,350\*\* (sangat signifikan).

Ada hal yang menarik jika dibandingkan korelasi persepsi tentang berita dan artikel bernuansa Islam dengan sub variabel perilaku beragama. Terlihat kemiripan korelasi di antara keduanya. Pada korelasi persepsi berita dan artikel sub variabel yang berkorelasi **signifikan** sama, yaitu pola hidup sehat. Dan angka korelasi yang paling tinggi juga sama. Yaitu terhadap kepedulian terhadap lingkungan.

Bila seluruh sub variabel perilaku beragama diakumulasikan, maka angka korelasinya sebagai berikut:



### Correlations

		artikel	Prilaku beragama
Artikel	Pearson Correlation	1	.265**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	599	599
Prilaku beragama	Pearson Correlation	.265**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	599	599

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Data korelasi di atas menjelaskan bahwa korelasi antara persepsi tentang artikel bernuansa Islam dengan perilaku beragama adalah **sangat signifikan** dengan angka korelasi 0,265\*\*. Artinya semakin baik persepsi masyarakat kota Binjai terhadap berita bernuansa Islam, maka semakin baik pula perilaku beragamanya. Data ini juga menjelaskan bahwa ternyata persepsi terhadap artikel keagamaan korelasinya lebih kuat dibandingkan dengan persepsi terhadap berita bernuansa Islam.

Selanjutnya untuk menerangkan kontribusi persepsi terhadap artikel bernuansa Islam terhadap perilaku beragama masyarakat Kota Binjai dapat dilihat pada tabel output berikut:

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
-------	---	----------	-------------------	----------------------------

1	.265 <sup>a</sup>	.320	.068	12.68737
---	-------------------	------	------	----------

a. Predictors: (Constant), Prilaku beragama

Pada tabel Model Summary diperoleh tingkat hubungan antara variabel  $R = 0,265$ . Nilai  $R\text{-Square} = 0,320$ . Artinya variabel persepsi terhadap artikel bernuansa Islam memberikan kontribusi sebesar 32 % dari variabel perilaku beragama. Sedangkan sisanya diterangkan oleh variabel lain. Dengan demikian berarti hipotesis diterima.

### 3. Hipotesis 3

Hipotesis 3 adalah "Persepsi masyarakat tentang Berita dan Artikel Bernuansa Islam di surat kabar harian terbitan Medan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku beragama (kepedulian lingkungan hidup, pola hidup sehat, iklim komunikasi Islami, kepedulian sosial, dan pengamalan salat) masyarakat kota Binjai. Hipotesis ini diuji dengan menggunakan korelasi *Pearson* dan regresi berganda.

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan alat bantu SPSS, diketahui bahwa (b) tidak sama dengan nol ( $b \neq 0$ ). Dengan demikian berarti ada hubungan linier antara variabel. Kemudian untuk mengetahui tingkat signifikansi kedua variabel, dapat dilihat pada tabel output *coefficients* sebagai berikut :

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	84.669	4.481		18.896	.000

berita	.093	.087	.054	4.069	.286
artikel	.265	.058	.231	4.581	.000

a. Dependent Variable: Prilaku beragama

Dalam data output diperoleh nilai  $t$  hitung = 4,069 untuk persepsi terhadap berita, untuk persepsi terhadap artikel 4,581 (dalam tabel *coefficients*). Sedangkan untuk  $t$  tabel = 1,963932 untuk tingkat signifikansi 0,05 (5%). Sedangkan untuk tingkat signifikansi 0.01 (1%) adalah 2,584062. Oleh karena  $t$  hitung untuk berita dan artikel > (lebih besar) dari  $t$  tabel pada taraf signifikan 0,01 (1%). Berarti hubungan antara persepsi berita dan artikel bernuansa Islam dengan perilaku beragama keduanya sangat signifikan.

Bila dikonversikan dengan korelasi *Pearson*, hubungan di antara variabel juga menunjukkan hubungan yang sangat signifikan. Hal ini terlihat pada tabel Pearson sebagai berikut:

Korelasi antara persepsi tentang berita dan artikel bernuansa Islam terhadap perilaku beragama.

#### Correlations

		Prilaku beragama	surat kabar
Prilaku beragama	Pearson Correlation	1	.263**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	599	599
surat kabar	Pearson Correlation	.263**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

N	599	599
---	-----	-----

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan perhitungan yang tertera pada tabel korelasi angka 0,263\*\*. Tanda bintang dua diujung angka korelasi menunjukkan bahwa hubungan di antara dua variabel (persepsi tentang berita dan artikel bernuansa Islam terhadap perilaku beragama) tersebut sangat signifikan dan positif. Dengan demikian berarti juga hipotesis diterima.

Selanjutnya untuk menerangkan kontribusi persepsi tentang berita dan artikel bernuansa Islam terhadap perilaku beragama masyarakat kota Binjai dapat dilihat pada tabel output berikut:

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.268 <sup>a</sup>	.032	.069	14.55619

a. Predictors: (Constant), artikel, berita

Pada tabel Model Summary diperoleh tingkat hubungan antara variabel  $R=0,268$ . Nilai  $R^2 = 0,32$ . Artinya variabel persepsi terhadap berita dan artikel bernuansa Islam memberikan kontribusi sebesar 32% dari variabel perilaku beragama. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Dengan demikian berarti hipotesis diterima.

#### G. Pembahasan Penelitian

Metode analisis isi pada dasarnya merupakan suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah pesan, atau suatu alat untuk mengobservasi dan

menganalisis isi perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih. Dalam pengertian lain, analisis isi merupakan metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif dan kuantitatif terhadap pesan tampak.

Teknik analisis isi ini sering digunakan dalam analisis-*analisis* verifikasi. Cara kerja atau logika analisis data ini sesungguhnya sama dengan kebanyakan analisis data kuantitatif. Penelitian memulai analisisnya dengan menggunakan lambang-lambang tertentu, mengklasifikasi data tersebut dengan kriteria-kriteria tertentu serta melakukan prediksi dengan teknik analisis yang tertentu pula.

Menurut Klaris Krippendorff, analisis isi adalah suatu teknik penelitian membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru (*replicable*) dan sah data dengan memperhatikan konteksnya.<sup>217</sup> Sebagai suatu teknik penelitian, analisis isi mencakup prosedur-prosedur khusus untuk pemrosesan data ilmiah. Sebagaimana semua teknik penelitian, ia bertujuan untuk memberikan pengetahuan, membuka wawasan baru, menyajikan fakta dan panduan praktis pelaksanaannya. Jadi analisis ini adalah sebuah alat dalam penelitian.

Dalam konteks penelitian ini jumlah pemuatan berita dan artikel bernuansa Islam di harian Waspada tergolong tinggi. Hal ini dibuktikan bahwa selama penelitian berlangsung dari bulan Februari sampai bulan April setiap hari Jum'at dalam 13 edisi berjumlah 369 judul. Pemuatan berita dan artikel bernuansa Islam terdapat hampir di setiap halaman surat kabar. Ini menunjukkan bahwa surat kabar harian Waspada sangat *concern* terhadap berita dan artikel bernuansa Islam. Berbeda dengan surat kabar harian Analisa yang hanya memuat sekitar 214 berita dan artikel bernuansa Islam. Dengan demikian pemuatan judul berita bernuansa Islam di harian Analisa tergolong sedang.

Penonjolan dan kategori berita dan artikel keagamaan di surat kabar harian Waspada dan Analisa sedikit berbeda. Di dalam surat harian Waspada artikel tidak hanya ditempatkan di *Mimbar Jum'at* saja tetapi ada kolom *al-Bayan*, opini, feature, bahkan terkadang terdapat pada kolom tajuk rencana. Sedangkan berita terdapat hampir di setiap halaman surat kabar. Bahkan Waspada menyiapkan satu informasi mengenai khatib Jum'at yang menempati kolom dua setengah halaman surat kabar. Surat kabar harian Analisa jarang sekali menempatkan berita dan artikel di halaman depan surat kabar. Artikel bernuansa Islam hanya ditempatkan di kolom *Mimbar Islam*.

---

<sup>217</sup>Gibson dan Donnelly, *Organisasi*, h. 105.

Materi berita dan artikel bernuansa islam yang terdapat di surat kabar harian waspada yang sangat dominan adalah siyasah, sosial dan budaya Islam, yaitu sekitar 36.31 persen kemudian materi tauhid dan ibadah sekitar 27 %, materi akhlaq qurʻandan hadis 23, 31 % dan siyasah dan muamalat 13.26 %. Dengan demikian berita dan artikel yang berkenaan dengan siyasah (politik Islam) dan muamalah kelihatannya kurang diminati oleh para penulis artikel dan para pemburu berita. Materi yang berkaitan dengan tauhid dan ibadah yang terdapat di harian Analisa adalah sekitar 19.16 persen dari total artikel bernuansa islam yang ditemukan selama penelitian berlangsung. Selanjutnya materi yang berkaitan dengan syariah (hukum Islam) dan muamalah sekitar 28,57 persen. Materi-materi yang berkaitan dengan siyasah, sosial dan budaya Islam, yaitu sekitar 32.24 persen. Selebihnya adalah materi Akhlaq dan Alquran 28.50 persen. Dengan demikian materi yang paling dominan adalah sama-sama syariah, sosil-budaya, sedangkan materi aqidah dan ibadah malah kurang di minati oleh para penulis.

Untuk melihat dan menganalisis persepsi masyarakat tentang berita dan artikel bernuansa islam digunakan tiga teori yaitu *Agenda setting Theory*, *Uses and Aeffect*, dan *Uses and Gratification Theory*.

Secara harfiah, agenda dapat diartikan sebagai āacaraö. Dengan demikian agenda setting dapat pula diartikan sebagai susunan acara. Adapun yang menetapkan susunan acara media massa dalam hal ini adalah redaksi media masa yang bersangkutan, sebagai pelaksana ketetapan dari pemilik suatu perubahan media massa. Teori agenda setting pertama sekali diperkenalkan dan dikembangkan oleh McCombs dan Shaw. Teori ini berpendapat bahwa jika media massa memberikan tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu mempengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting.

Pengembang teori ini (McCombs dan Shaw), memusatkan perhatian pada efek media massa terhadap pengetahuan. Kekuatan media dalam mempengaruhi publik sebagai sasaran dari media dianggap memiliki kemampuan untuk menerima serta menyeleksi setiap informasi yang disampaikan oleh media, sesuai dengan latar belakang sosial budaya dari audiennya. Menurut McCombs dan Shaw, audien tidak hanya belajar tentang isu-isu yang terjadi di tengah masyarakat serta kejadian yang disampaikan oleh media, tetapi audien juga belajar bagaimana pentingnya mengaitkan sebuah isu atau topik dari penekanan yang disampaikan oleh media massa.

Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap surat kabar harian Waspada dan Analisa menunjukkan bahwa media menyajikan beragam materi berita dan artikel bernuansa Islam di antaranya materi aqidah, ibadah, syariah, muamalah, suasio budaya, qurʻan dan hadis, akhlak, politik dan lain lain, semuanya disajikan berdasarkan isu-isu apa yang dianggap penting oleh media sesuai dengan peristiwa yang sedang hangat dan aktual. Isu dan peristiwa yang dianggap penting dan menarik oleh media pada gilirannya mampu mempengaruhi persepsi masyarakat sehingga isu-isu tersebut juga dianggap penting dan menarik oleh khalayak. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden, tentang ketertarikan membaca berita dan artikel bernuansa Islam terlihat bahwa 51 % responden tertarik dengan berita bernuansa Islam yang disajikan di surat kabar dan 46 % menyatakan sangat tertarik. Begitu pula dengan tingkat kepercayaan masyarakat tentang berita dan artikel bernuansa islam di surat kabar. Berdasarkan hasil jawaban responden sekitar 51 % meyakini kebenaran isu-isu yang disajikan media surat kabar, dan sekitar 38 % responden menjawab sangat setuju atau sangat meyakini kebenaran isu-isu yang di tawarkan oleh media. Hal ini berarti bahwa apa yang menjadi agenda media juga menjadi agenda masyarakat, ini membuktikan *Agenda Setting Theory*.

Teori penggunaan dan efek menekankan pada konsep 'use' (penggunaan) merupakan bagian yang sangat penting atau pokok dari pemikiran teori ini. Karena pengetahuan mengenai penggunaan media akan memberikan jalan bagi pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa. Penggunaan media massa dapat memiliki banyak arti. Ini dapat berarti *exposure* yang semata-mata menunjuk pada tindakan mempersepsi. Dalam konteks lain, pengertian tersebut dapat menjadi suatu proses yang lebih kompleks, dimana isi terkait harapan-harapan tertentu untuk dapat dipenuhi, fokus dari teori ini lebih kepada pengertian kedua yaitu isi media mampu mempengaruhi perilaku masyarakat.

Persepsi masyarakat tentang berita dan artikel bernuansa Islam memiliki pengaruh (efek) yang signifikan terhadap perilaku beragama masyarakat.. Selanjutnya kedua variabel tersebut (berita dan artikel bernuansa Islam) secara bersama-sama mempengaruhi masyarakat 32 % terhadap perilaku beragama masyarakat muslim kota Binjai. Data ini memberikan penegasan bahwa apa yang dibaca khalayak memberikan efek terhadap dirinya. Disamping itu kalau diperhatikan bagaimana jawaban responden terhadap pertanyaan apakah artikel bernuansa Islam mempengaruhi pola pikir audiens? Hasil tabulasi angket menunjukkan bahwa 52 % responden menyatakan setuju dan 41 %

menyatakan sangat setuju. Hal ini memberikan penegasan bahwa teori *uses and effect* pada penelitian ini yaitu menggunakan media menimbulkan efek (pengaruh).

Berdasarkan hasil penelitian terlihat bobot membaca berita dan artikel memiliki perbedaan persentase. Untuk persepsi tentang membaca berita = 81 % (sangat kuat), artikel = 83 % (sangat kuat). Data ini membuktikan bahwa persepsi masyarakat tentang membaca artikel dan berita bernuansa Islam di surat kabar menimbulkan kepuasan bagi masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari jawaban responden tentang kepuasan membaca berita, 48 % responden menyatakan puas dan 43 % menyatakan sangat puas. Sedangkan tingkat kepuasan membaca artikel, yaitu 49 % responden menyatakan puas dan 43 % responden menyatakan sangat puas. Dengan demikian hanya sekitar 8 ó 9 % saja yang merasa kurang puas dan hanya 3 % saja yang merasa tidak puas, hal ini membuktikan teori *Uses and Gratifications* bahwa menggunakan media menimbulkan kepuasan pada khalayak.

## H. Kekuatan dan Kelemahan

### 1. Kelebihan

Banyak penelitian tentang efek media massa hanya membahas variabel independent dari isi surat kabar secara terpisah. Tetapi pada penelitian ini kedua variabel dibahas secara bersama pada satu penelitian. Variabel dependent yang dilihat ada lima, yaitu kepedulian terhadap lingkungan, pola hidup sehat, kepedulian sosial, komunikasi Islami dan pengamalan ibadah salat. Disamping itu jumlah respondennya juga cukup banyak (599 orang). Dengan banyaknya variabel yang dilihat dan jumlah responden yang terlibat, memungkinkan penelitian ini menggambarkan kondisi yang sesungguhnya.

### 2. Kelemahan

Penelitian ini hanya melibatkan umat Islam yang menjadi pembaca surat kabar yang beredar di Kota Binjai, sehingga tidak bisa mengeneralisir untuk masyarakat Kota Binjai secara umum.

Penelitian ini hanya melihat pola persepsi masyarakat tentang berita dan artikel bernuansa Islam tidak melihat isi pesan surat kabar secara keseluruhan. Sehingga





**PDF**  
Complete

*Your complimentary  
use period has ended.  
Thank you for using  
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to  
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

peneliti tidak bisa menentukan secara lebih terperinci dan mendalam isi surat kabar mana yang lebih kuat pengaruhnya bagi responden.

Variabel dependent penelitian, yaitu perilaku beragama masyarakat yang dimaksud hanya kepedulian terhadap lingkungan, pola hidup sehat, kepedulian sosial, komunikasi Islami dan pengamalan ibadah salat saja. Padahal perilaku beragama begitu luas dan menyangkut segala sisi kehidupan seorang muslim.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat di simpulkan sebagai berikut :

1. Analisis isi berita dan artikel bernuansa islam di surat kabar harian terbitan Kota medan adalah:
  - a. Jumlah pemuatan berita dan artikel bernuansa islam di harian waspada tergolong tinggi. hal ini di buktikan bahwa selama penelitian berlangsung dari bulan Februari sampai bulan April setiap hari Jum'at dalam 13 edisi berjumlah 369 judul. Pemuatan berita dan artikel bernuansa islam terdapat hamper di setiap halaman surat kabar. Ini menunjukkan bahwa surat kabar harian waspada sangat *concern* terhadap berita dan artikel bernuansa islam. Berbeda dengan surat kabar harian Analisa yang hanya memuat sekitar 214 berita dan artikel bernuansa islam. Dengan demikian pemuatan judul berita bernuansa islam di harian Analisa tergolong sedang.
  - b. Penonjolan dan katagori berita dan artikel keagamaan di surat kabar harian Waspada dan Analisa sedikit berbeda. Di dalam surat harian waspada artikel tidak hanya di tempatkan di *Mimbar Jum'at* saja tetapi ada kolom *al-Bayan*, opini, feature, bahkan terkadang terdapat pada kolom tajuk rencana. Sedangkan berita terdapat hamper disetiap halaman surat kabar. Bahkan waspada menyiapkan satu informasi mengenai khatib Jum'at yang menempati kolom dua setengan halaman surat kabar. Surat kabar harian analisa jarang sekali menempatkan berita dan artikel di halaman depan surat kabar. Artikel bernuansa islam hanya di tempatkan di kolom Mimbar islam.
  - c. Materi berita dan artikel bernuansa islam yang terdapat di surat kabar harian waspada yang sangat dominan adalah siyasah, sosial dan budaya Islam, yaitu sekitar 36.31 persen kemudian materi tauhid dan ibadah sekitar 27 %, materi akhlaq qur'andan hadis 23, 31 % dan siyasah dan muamalat 13.26 %. Dengan demikian berita dan artikel yang berkenaan dengan siyasah (politik

Islam) dan muamalah kelihatannya kurang diminati oleh para penulis artikel dan para pemburu berita. Materi yang berkaitan dengan tauhid dan ibadah yang terdapat di harian Analisa adalah sekitar 19.16 persen dari total artikel bernuansa islam yang ditemukan selama penelitian berlangsung. Selanjutnya materi yang berkaitan dengan syariah (hukum Islam) dan muamalah sekitar 28,57 persen. Materi-materi yang berkaitan dengan siyasah, sosial dan budaya Islam, yaitu sekitar 32.24 persen. Selebihnya adalah materi Akhlaq dan Alquran 28.50 persen. Dengan demikian materi yang paling dominan adalah sama-sama syariah, sosial-budaya, sedangkan materi aqidah dan ibadah malah kurang di minati oleh para penulis.

2. Pengaruh persepsi tentang berita dan artikel bernuansa Islam terhadap perilaku beragama masyarakat Kota Binjai adalah:
  - a. Persepsi masyarakat tentang berita bernuansa islam di surat kabar harian terbitan Medan berpengaruh sangat signifikan dan positif terhadap perilaku beragama masyarakat Kota Binjai dengan angka korelasi 0,198\*\*. Artinya semakin baik persepsi masyarakat kota Kota Binjai terhadap berita bernuansa Islam, maka semakin baik pula perilaku beragamanya.
  - b. Persepsi masyarakat tentang artikel bernuansa Islam berpengaruh hampir pada seluruh komponen perilaku beragama memiliki korelasi yang **sangat signifikan**. Hanya pada pola hidup sehat saja korelasinya **signifikan** (082\*). Sedangkan angka korelasi yang paling tinggi adalah kepedulian terhadap lingkungan dengan angka korelasi 0,350\*\* (sangat signifikan).
  - c. Persepsi masyarakat tentang Berita dan Artikel Bernuansa Islam di surat kabar harian terbitan Medan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku beragama (kepedulian lingkungan, pola hidup sehat, iklim komunikasi islami, kepedulian sosial, dan pengamalan salat) masyarakat Kota Binjai. Pada tabel Model Summary diperoleh tingkat hubungan antara variabel  $R = 0,268$ . Nilai  $R^2 = 0,32$ . Artinya variabel persepsi terhadap berita dan artikel bernuansa Islam memberikan kontribusi sebesar 32% dari variabel perilaku beragama. Sedangkan sisanya

dipengaruhi oleh variabel lain. Artinya bahwa semakin baik persepsi masyarakat tentang berita dan artikel bernuansa Islam, maka semakin baik perilaku beragama masyarakat.

## **B. Saran**

1. Cukup banyak buku dan penelitian komunikasi massa namun yang membahas tentang berita dan artikel bernuansa islam masih sangat terbatas. Padahal berdasarkan hasil penelitian, berita dan artikel bernuansa islam juga memberikan efek yang signifikan terhadap para pembacanya. Karenanya perlu pengayaan buku-buku dan penelitian yang membahas tentang berita dan artikel bernuansa islam.
2. Kepada para peneliti yang berminat meneliti tentang efek media, perlu mengkaji lebih jauh dari sisi isi pesan media yang disajikan di surat kabar. Kajian tentang efek media terhadap perilaku beragama juga perlu diperluas pada perilaku beragama dengan sub pvariabel yang lainnya, misalnya tentang sikap, puasa, toleransi antar umat beragama, pendidikan.
3. Kepada awak media hendaknya menyadari benar bahwa pembaca surat kabar terbesar di Sumatera Utara (khususnya Kota Binjai) adalah umat islam, oleh karenanya media selayanyaknya memperbanyak berita dan artikel bernuansa islam terutama materi yang berkenaan dengan ibadah qurʻan dan hadis yang sanngat diminati masyarakat.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ardhana, Sutirman Eka. *Jumalistik Dakwah*. Yogyakarta : Pustaka Pelaja, 1995.
- Atkinson and Hilgard, *Introduction of Psychology* (San Diego: Harcourt Brace Jovanovich, 1991).
- Baran, stanley J. dan Dennis K. Davis. *Mass Communication Theory Foundations, Ferment and Future*. Belmont california : wadsworth Publishing Company, tt.
- Berger, Arthur Asa. *Media Research Techniques. Newbury Park. London, New Delhi*, Sage Publicatons, 1991.
- Bittner, John R. *Mass Communication : An Introducation*. New Jersey : Prentice Hall, Englewood Cliefs, 1986, cet. 4.
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2005, cet. 6.
- Daradjat, Zakiyah, *Ilmu Djiwa Beragama*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1970).
- \_\_\_\_\_, *Peranan Agama dalam Kesehatan Mental* (Jakarta: Gunung Agung, 1970).
- Departemn Pendidikan dan Kebudayaan RI. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1995, Ke ó 4, Edisi ke ó 2.
- Depatemen Penerangan RI. *Undang – Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 1999 tentang Pers*. Jakarta : Bagian Proyek Peningkatan Publikasi Pemerintah Direktorat Publikasi, Ditjen PPG, 1999.

Devito, Joseph A. *Communicology: An Introduction to the Study of Communication*.  
New York, London : Harper & Row Publisher, 1978.

Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja  
Rosdakarya, 1998, cet. 14.

\_\_\_\_\_. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi bagi Para Penyuluh dalam  
Pembangunan Masyarakat Desa*. Medan: Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian  
Fakultas Pertanian USU, 2002.

Gibson dan Donnely, *Organisasi; Perilaku, Struktur dan Proses*, Terj. Djarkasih,  
Cet. Ke-5, (Jakarta: Erlangga, 1994).

Ginting, Meneth. *Strategi Komunikasi bagi Para Penyuluh dalam Pembangunan  
Masyarakat Desa*. Medan: Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian  
USU, 2002.

Hakim, M. Arief. *Kiat Menulis Artikel di Media Cetak: dari Budaya, Iptek sampai  
Agama*. Bandung: Yayasan Nuansa Cendikia, 2001.

Hedebro, Goran. *Communication and Social Change in Developing Nation: A Critical  
View*. Ames: The low state University Press, 1982.

Kartono, Kartini, *Psikologi Umum* (Bandung: Mandar Maju, 1996).

Kholil, Syukur. *Liputan Agensi-Agensi Berita Internasional tentang Dunia Islam dalam  
Surat Kabar Surat Kabar Indonesia*. Medan: Fakultas Dakwah IAINSU Medan,  
1999.

McQuail, Dennis dan Steven Windhal, *Communication Model for The Study Of Mass  
Communication*. Belmont California: Wadsworth Publishing Company, 1988.

Meinanda, Teguh. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung : Armico, 1931.

Nadzifah, Faizatun, *Pesan Dakwah Dosen Dakwah Stain Kudus Dalam Surat Kabar Harian Radar Kudus*, dalam Jurnal at-Tabsyir, Volume 1, Nomor 1, Januari-Juni 2013.

Ode, Thomas F., *Sosiologi Agama; Suatu Pengenalan Awal* (Jakarta: Rajawali, 1966).

Rakhmat, Jalaluddin, *Psikologi Agama* (Bandung: Pustaka Hidayah, 1998).

Rivai, Veithzal, *Kepemimpinan dan Prilaku Organisasi*, (Jakarta: Rajawali, 2004).

Romli, Asep Syamsul M. *Jurnalistik Praktis. Untuk Pemula*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000.

Sarwono, Sarlito Wirawan, *Pengantar Umum Psikologi* (Jakarta: Bulan Bintang, 1976).

Sumadiria, AS Haris. *Jamalistik Indonesia, Menulis Berita dan Feature : Panduan Praktis Jumalis Profesional*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media, 2005.

Schramm, Wilbur. *Mass Media and National Development: The Role of Information in Developing Countries*. Stanford: Stanpord University Press, 1964.

Shaleh, Abdul Rahman. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana, 2004.

Slameto. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta, 1995.

Severin, Werner J. *Communications Theories Origin Methods and Uses in The Mass Media*. New York: Longmann Publishing, 1992.



Your complimentary  
use period has ended.  
Thank you for using  
PDF Complete.

[Click Here to upgrade to  
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

Syariati, Ali, *A Glance at Tomorrow History*, terjemahkan Satria Panindito, *Islam; Agama Protes* (Jakarta: Pustaka Hidayah, 1992), Cet. I.

T. Klapper, Joseph. *The Effect of Mass Communication*. Glancoe, Ills Free Press, 1960.

Tan, Alexis. *Mass Communication Theories and Research*. Columbus Ohio: Grid Publishing Ino. 1981.

Tubbs, Stewart L. dan Sylvia Moss, *Human Communication, Prinsip-prinsip Dasar*, terjemahan Deddy Mulyana dan Gembirasasi. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000.

Weiner, Richard. *Webster's New World Dictionary of Media and Communications*. New York: Webster New World, 1990.

Widjaya, A.W. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara, 1993, cet. 2

Wimmer, Roger D. dan Josep R. Dominik, *Mass Media Research*. New York: Wadsworth Publishing Company, 2000.

Wright, Charles R. *Sosiologi Komunikasi Massa*, terjemahan Lilawati Trimo. Bandung: Remaja Karya, 1988.

Yusuf LN, Syamsu, *Psikologi Belajar Agama* (Bandung: Pustaka Bani Qurais, 2003).



## ANGKET

**Judul Penelitian : Persepsi Masyarakat tentang Berita dan Artikel Bernuansa Islam di Surat Kabar Harian Terbitan Medan dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Beragama Masyarakat Kota Binjai**

**Peneliti : Mohd. Rafiq**

Identitas Responden:

1. Usia bapak/ibu : a. 15 ó 35 tahun      b. 36 - 50 tahun      c. 51 ke atas
2. Jenis kelamin : a. Laki-laki      b. Perempuan
3. Status : a. Mahasiswa      b. Tidak bekerja      c. PNS  
c. Ibu rumah tangga      d. Pekerja      e. Pensiunan

Petunjuk Pengisian:

1. Pilihlah salah satu jawaban terhadap pernyataan-pernyataan berikut yang sesuai dengan bapak/ibu dengan mencontreng (v) pada salah satu kolom Sangat setuju, Setuju, Kurang setuju atau Tidak setuju.
2. Jawaban adalah rahasia dan tidak mengandung benar atau salah. Yang diharapkan adalah kejujuran bapak/ibu.

**A. Kuesioner tentang Persepsi Masyarakat tentang Berita dan Artikel Bernuansa Islam di Surat Kabar Harian Terbitan Medan**

No	Pernyataan	Jawaban			
		Sangat setuju	Setuju	Kurang setuju	Tidak setuju
1	Saya selalu membaca berita bernuansa Islam di Surat Kabar				
2	Saya membaca sampai selesai beritanya				
3	Saya senang membaca berita bernuansa Islam di Surat Kabar				
4	Saya tertarik dengan berita-berita keislaman				

5	Saya membaca dan memperhatikan dengan serius berita-berita tentang Islam				
6	Jika ada berita-berita keislaman, saya membacanya sambil lalu saja				
7	Saya meyakini berita-berita Islam di Surat Kabar				
8	Saya memahami berita-berita tentang Islam di surat kabar				
9	Saya merasa puas setelah membaca berita-berita yang bernuansa Islam				
10	Saya sering membaca berita yang bernuansa Islam di surat kabar				
11	Berita Islam berpengaruh terhadap pola pikir saya tentang Islam				
12	Saya sering membaca berita-berita tentang tauhid di surat kabar				
13	Saya sering membaca berita-berita tentang Ibadah di surat kabar				
14	Saya selalu membaca berita-berita tentang syariah di surat kabar				
15	Saya selalu membaca berita-berita tentang muamalah di surat kabar				
16	Saya selalu membaca berita-berita tentang siyasah (politik) di surat kabar				
17	Saya selalu membaca berita-berita tentang sosial di surat kabar				
18	Saya senang membaca berita-berita tentang budaya di surat kabar				
19	Berita-berita tentang Alquran sering saya baca dan pahami di surat kabar				
20	Saya senang membaca berita-berita tentang hadis di surat kabar				

21	Saya merasa puas dengan berita-berita akhlak di surat kabar				
22	Membaca artikel bernuansa Islam di Surat Kabar merupakan kegemaran saya				
23	Saya membaca sampai selesai artikelnnya				
24	Saya senang membaca artikel bernuansa Islam di Surat Kabar				
25	Saya tertarik dengan artikel-artikel keislaman				
26	Saya membaca dan memperhatikan dengan serius artikel-artikel tentang Islam				
27	Jika ada artikel-artikel keislaman, saya membacanya sambil lalu saja				
28	Saya meyakini artikel-artikel Islam di Surat Kabar				
29	Saya memahami artikel-artikel tentang Islam di surat kabar				
30	Saya merasa puas setelah membaca artikel-artikel yang bernuansa Islam				
31	Saya sering membaca artikel-artikel yang bernuansa Islam di surat kabar				
32	Artikel-artikel Islam berpengaruh terhadap pola pikir saya tentang Islam				
33	Saya sering membaca artikel-artikel tentang tauhid di surat kabar				
34	Saya mengamalkan ajaran tauhid yang terdapat di surat kabar				
35	Saya sering membaca artikel-artikel tentang ibadah di surat kabar				
36	Saya mempraktikkan ibadah dalam kehidupan saya				
37	Saya selalu membaca artikel-artikel tentang syariah di surat kabar				

38	Saya mengambil sebuah pelajaran tentang syariat di surat kabar				
39	Saya selalu membaca artikel-artikel tentang muamalah di surat kabar				
40	Saya mempraktikkan pelajaran muamalah yang terdapat di surat kabar				
41	Saya selalu membaca artikel-artikel tentang siyasah (politik) di surat kabar				
42	Saya mempelajari kajian politik dari surat kabar				
43	Saya selalu membaca artikel-artikel tentang sosial di surat kabar				
44	Saya merasa senang dan puas membaca artikel di surat kabar				
45	Saya senang membaca artikel-artikel tentang budaya di surat kabar				
46	Saya memperhatikan budaya melalui surat kabar				
47	Artikel-artikel tentang Alquran sering saya baca dan pahami di surat kabar				
48	Saya belajar memahami kandungan Alquran melalui artikel di surat kabar				
49	Saya senang membaca artikel-artikel tentang hadis di surat kabar				
50	Saya mempelajari hadis melalui artikel di surat kabar				
51	Saya merasa puas dengan artikel-artikel akhlak di surat kabar				
52	Saya mempelajari dan mengamalkan akhlak Nabi dalam kehidupan melalui artikel di surat kabar				

## B. Kuesioner tentang Perilaku Beragama Masyarakat

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Sangat setuju	Setuju	Kurang setuju	Tidak setuju
1	Berita dan artikel bernuansa Islam berpengaruh terhadap kepedulian akan kebersihan jasmani saya				
2	Berita dan artikel bernuansa Islam selalu memotivasi saya untuk menjaga lingkungan rumah agar tetap bersih				
3	Berita dan artikel bernuansa Islam selalu juga memotivasi saya untuk menjaga lingkungan kerja agar tetap bersih				
4	Berita dan artikel bernuansa Islam sering memotivasi saya untuk menjaga lingkungan tempat tinggal dan masyarakat agar tetap bersih dan indah				
5	Saya membuat taman karena peduli terhadap kehidupan flora dan fauna				
6	Saat ini saya memelihara beberapa flora dan fauna dirumah				
7	Saya peduli terhadap kelestarian hutan sebagai ekosistem keberlangsungan hidup flora dan fauna				
8	Saya memilih makanan yang halal untuk kesehatan karena sering mendapat informasi melalui berita dan artikel Islam				
9	Saya selalu makan setelah lapar dan berhenti sebelum kenyang				
10	Saya selalu makan tepat waktu dan tidak pernah telat serta sesuai dengan porsi saya				
11	Saya berkerja sesuai dengan waktu yang diberikan				
12	Saya menggunakan waktu untuk beristirahat dengan baik				
13	Saya selalu menyisihkan waktu untuk keluarga				
14	Saya menggunakan waktu senggang untuk bersosialisasi dengan warga sekitar				

15	Saya berkomunikasi yang santun di dalam keluarga karena termotivasi dengan berita dan artikel di surat kabar				
16	Berita dan artikel keislaman memotivasi saya untuk menyapa orang lain ditempat kerja dengan santun				
17	Berita dan artikel Islam juga memotivasi saya untuk bertutur yang santun di masyarakat luas				
18	Saya tidak membalas ketika orang lain menghina saya				
19	Saya tetap menghargai dan menghormati orang yang telah menghina dan mencaci saya meskipun usianya lebih muda dari saya				
20	Saya menjaga lisan dan ucapan saya ketika berada dilingkungan keluarga				
21	Saya termotivasi dengan berita dan artikel Islam tentang ucapan santun ditempat kerja				
22	Berita dan artikel Islam memotivasi saya untuk berucap dan bertutur yang santun di masyarakat luas				
23	Saya peduli terhadap kemandirian orang lain karna belajar dari berita dan artikel Islam				
24	Saya selalu menyantuni fakir miskin karna sering membaca berita dan artikel Islam				
25	Saya menyantuni anak yatim karena belajar dari berita dan artikel Islam				
26	Saya sering menjenguk saudara seakidah maupun tidak ketika sakit				
27	Saya membantu masyarakat yang sedang mengadakan pesta				
28	Saya selalu tanggap terhadap bencana yang terjadi di daerah karena mengetahuinya melalui berita dan artikel di surat kabar				
29	Saya memberikan bantuan materi terhadap musibah yang terjadi di luar kota karena sebelumnya tahu dari berita dan artikel di surat kabar				

30	Saya memberikan bantuan materi terhadap musibah yang terjadi di luar negeri karena sebelumnya tahu dari berita dan artikel di surat kabar				
31	Saya senantiasa mengerjakan salat fardu 5 kali sehari semalam				
32	Walaupun saya dalam perjalanan (musyafir), saya senantiasa mengerjakan salat.				
33	Saya sering mendirikan salat lima waktu di rumah bersama keluarga				
34	Saya selalu mendirikan salat secara berjamaah di masjid terutama salat magrib dan isya				
35	Saya selalu menyempatkan diri untuk mendirikan salat di tempat kerja walaupun kerjaan sangat padat				
36	Saya selalu mengerjakan salat sunah rawatib				
37	Saya juga senang mengerjakan salat sunnah dhuha				
38	Saya tetap berusaha untuk sedapat mungkin mengerjakan salat tahajjut.				

Terima kasih atas bantuan bapak/ibu.

**Frequency Table**

**VAR00001**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	10	1.7	1.7	1.7
	2.00	26	4.3	4.3	6.0
	3.00	374	62.4	62.4	68.4
	4.00	189	31.6	31.6	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00002**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	12	2.0	2.0	2.0
	2.00	39	6.5	6.5	8.5
	3.00	387	64.6	64.6	73.1
	4.00	161	26.9	26.9	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00003**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	13	2.2	2.2	2.2
	2.00	30	5.0	5.0	7.2
	3.00	345	57.6	57.6	64.8
	4.00	211	35.2	35.2	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00004**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	.5	.5	.5
	2.00	13	2.2	2.2	2.7



3.00	309	51.6	51.6	54.3
4.00	274	45.7	45.7	100.0
Total	599	100.0	100.0	

**VAR00005**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	14	2.3	2.3	2.3
2.00	43	7.2	7.2	9.5
3.00	360	60.1	60.1	69.6
4.00	182	30.4	30.4	100.0
Total	599	100.0	100.0	

**VAR00006**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	16	2.7	2.7	2.7
2.00	180	30.1	30.1	32.7
3.00	149	24.9	24.9	57.6
4.00	254	42.4	42.4	100.0
Total	599	100.0	100.0	

**VAR00007**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	28	4.7	4.7	4.7
2.00	55	9.2	9.2	13.9
3.00	282	47.1	47.1	60.9
4.00	234	39.1	39.1	100.0
Total	599	100.0	100.0	

**VAR00008**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	9	1.5	1.5	1.5
	2.00	17	2.8	2.8	4.3
	3.00	337	56.3	56.3	60.6
	4.00	236	39.4	39.4	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00009**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	15	2.5	2.5	2.5
	2.00	38	6.3	6.3	8.8
	3.00	287	47.9	47.9	56.8
	4.00	259	43.2	43.2	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00010**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	18	3.0	3.0	3.0
	2.00	16	2.7	2.7	5.7
	3.00	355	59.3	59.3	64.9
	4.00	210	35.1	35.1	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00011**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	15	2.5	2.5	2.5
	2.00	59	9.8	9.8	12.4
	3.00	314	52.4	52.4	64.8

4.00	211	35.2	35.2	100.0
Total	599	100.0	100.0	

**VAR00012**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	12	2.0	2.0	2.0
	2.00	62	10.4	10.4	12.4
	3.00	298	49.7	49.7	62.1
	4.00	227	37.9	37.9	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00013**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	17	2.8	2.8	2.8
	2.00	50	8.3	8.3	11.2
	3.00	333	55.6	55.6	66.8
	4.00	199	33.2	33.2	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00014**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	6	1.0	1.0	1.0
	2.00	51	8.5	8.5	9.5
	3.00	297	49.6	49.6	59.1
	4.00	245	40.9	40.9	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00015**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	19	3.2	3.2	3.2
	2.00	60	10.0	10.0	13.2
	3.00	267	44.6	44.6	57.8
	4.00	253	42.2	42.2	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00016**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	8	1.3	1.3	1.3
	2.00	37	6.2	6.2	7.5
	3.00	329	54.9	54.9	62.4
	4.00	225	37.6	37.6	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00017**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	7	1.2	1.2	1.2
	2.00	34	5.7	5.7	6.8
	3.00	364	60.8	60.8	67.6
	4.00	194	32.4	32.4	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00018**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	32	5.3	5.3	5.3
	2.00	55	9.2	9.2	14.5
	3.00	301	50.3	50.3	64.8

4.00	211	35.2	35.2	100.0
Total	599	100.0	100.0	

**VAR00019**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	9	1.5	1.5	1.5
	2.00	44	7.3	7.3	8.8
	3.00	260	43.4	43.4	52.3
	4.00	286	47.7	47.7	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00020**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	6	1.0	1.0	1.0
	2.00	45	7.5	7.5	8.5
	3.00	240	40.1	40.1	48.6
	4.00	308	51.4	51.4	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00021**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	7	1.2	1.2	1.2
	2.00	50	8.3	8.3	9.5
	3.00	273	45.6	45.6	55.1
	4.00	269	44.9	44.9	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00022**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	.3	.3	.3
	2.00	36	6.0	6.0	6.3
	3.00	298	49.7	49.7	56.1
	4.00	263	43.9	43.9	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00023**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	.5	.5	.5
	2.00	34	5.7	5.7	6.2
	3.00	284	47.4	47.4	53.6
	4.00	278	46.4	46.4	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00024**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	6	1.0	1.0	1.0
	2.00	36	6.0	6.0	7.0
	3.00	331	55.3	55.3	62.3
	4.00	226	37.7	37.7	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00025**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	6	1.0	1.0	1.0
	2.00	33	5.5	5.5	6.5
	3.00	339	56.6	56.6	63.1

4.00	221	36.9	36.9	100.0
Total	599	100.0	100.0	

**VAR00026**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	14	2.3	2.3	2.3
2.00	42	7.0	7.0	9.3
3.00	290	48.4	48.4	57.8
4.00	253	42.2	42.2	100.0
Total	599	100.0	100.0	

**VAR00027**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	4	.7	.7	.7
2.00	110	18.4	18.4	19.0
3.00	210	35.1	35.1	54.1
4.00	275	45.9	45.9	100.0
Total	599	100.0	100.0	

**VAR00028**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	12	2.0	2.0	2.0
2.00	52	8.7	8.7	10.7
3.00	303	50.6	50.6	61.3
4.00	232	38.7	38.7	100.0
Total	599	100.0	100.0	

**VAR00029**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	15	2.5	2.5	2.5
	2.00	42	7.0	7.0	9.5
	3.00	289	48.2	48.2	57.8
	4.00	253	42.2	42.2	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00030**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.2	.2	.2
	2.00	47	7.8	7.8	8.0
	3.00	294	49.1	49.1	57.1
	4.00	257	42.9	42.9	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00031**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	12	2.0	2.0	2.0
	2.00	42	7.0	7.0	9.0
	3.00	347	57.9	57.9	66.9
	4.00	198	33.1	33.1	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00032**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	.5	.5	.5
	2.00	36	6.0	6.0	6.5



3.00	313	52.3	52.3	58.8
4.00	247	41.2	41.2	100.0
Total	599	100.0	100.0	

**VAR00033**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	.2	.2	.2
2.00	43	7.2	7.2	7.3
3.00	260	43.4	43.4	50.8
4.00	295	49.2	49.2	100.0
Total	599	100.0	100.0	

**VAR00034**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	2	.3	.3	.3
2.00	67	11.2	11.2	11.5
3.00	268	44.7	44.7	56.3
4.00	262	43.7	43.7	100.0
Total	599	100.0	100.0	

**VAR00035**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	4	.7	.7	.7
2.00	33	5.5	5.5	6.2
3.00	310	51.8	51.8	57.9
4.00	252	42.1	42.1	100.0
Total	599	100.0	100.0	

**VAR00036**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	4	.7	.7	.7
	2.00	36	6.0	6.0	6.7
	3.00	287	47.9	47.9	54.6
	4.00	272	45.4	45.4	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00037**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	5	.8	.8	.8
	2.00	36	6.0	6.0	6.8
	3.00	291	48.6	48.6	55.4
	4.00	267	44.6	44.6	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00038**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	5	.8	.8	.8
	2.00	49	8.2	8.2	9.0
	3.00	293	48.9	48.9	57.9
	4.00	252	42.1	42.1	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00039**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	13	2.2	2.2	2.2
	2.00	69	11.5	11.5	13.7
	3.00	305	50.9	50.9	64.6

4.00	212	35.4	35.4	100.0
Total	599	100.0	100.0	

**VAR00040**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	6	1.0	1.0	1.0
	2.00	49	8.2	8.2	9.2
	3.00	312	52.1	52.1	61.3
	4.00	232	38.7	38.7	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00041**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	.5	.5	.5
	2.00	46	7.7	7.7	8.2
	3.00	303	50.6	50.6	58.8
	4.00	247	41.2	41.2	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00042**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	5	.8	.8	.8
	2.00	54	9.0	9.0	9.8
	3.00	314	52.4	52.4	62.3
	4.00	226	37.7	37.7	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00043**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	4	.7	.7	.7
	2.00	38	6.3	6.3	7.0
	3.00	357	59.6	59.6	66.6
	4.00	200	33.4	33.4	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00044**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	.3	.3	.3
	2.00	31	5.2	5.2	5.5
	3.00	330	55.1	55.1	60.6
	4.00	236	39.4	39.4	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00045**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	6	1.0	1.0	1.0
	2.00	27	4.5	4.5	5.5
	3.00	377	62.9	62.9	68.4
	4.00	189	31.6	31.6	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00046**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	5	.8	.8	.8
	2.00	47	7.8	7.8	8.7
	3.00	336	56.1	56.1	64.8

4.00	211	35.2	35.2	100.0
Total	599	100.0	100.0	

**VAR00047**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	7	1.2	1.2	1.2
	2.00	43	7.2	7.2	8.3
	3.00	301	50.3	50.3	58.6
	4.00	248	41.4	41.4	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00048**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	8	1.3	1.3	1.3
	2.00	63	10.5	10.5	11.9
	3.00	275	45.9	45.9	57.8
	4.00	253	42.2	42.2	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00049**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	7	1.2	1.2	1.2
	2.00	55	9.2	9.2	10.4
	3.00	259	43.2	43.2	53.6
	4.00	278	46.4	46.4	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00050**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	1.00	17	2.8	2.8	2.8
	2.00	81	13.5	13.5	16.4
	3.00	244	40.7	40.7	57.1
	4.00	257	42.9	42.9	100.0
Total		599	100.0	100.0	

**VAR00051**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	12	2.0	2.0	2.0
	2.00	51	8.5	8.5	10.5
	3.00	305	50.9	50.9	61.4
	4.00	231	38.6	38.6	100.0
Total		599	100.0	100.0	

**VAR00052**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	11	1.8	1.8	1.8
	2.00	48	8.0	8.0	9.8
	3.00	278	46.4	46.4	56.3
	4.00	262	43.7	43.7	100.0
Total		599	100.0	100.0	

**VAR00053**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	8	1.3	1.3	1.3
	2.00	28	4.7	4.7	6.0
	3.00	350	58.4	58.4	64.4
	4.00	213	35.6	35.6	100.0
Total		599	100.0	100.0	

**VAR00054**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	4	.7	.7	.7
	2.00	29	4.8	4.8	5.5
	3.00	358	59.8	59.8	65.3
	4.00	208	34.7	34.7	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00055**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	5	.8	.8	.8
	2.00	24	4.0	4.0	4.8
	3.00	343	57.3	57.3	62.1
	4.00	227	37.9	37.9	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00056**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	4	.7	.7	.7
	2.00	27	4.5	4.5	5.2
	3.00	312	52.1	52.1	57.3
	4.00	256	42.7	42.7	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00057**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.2	.2	.2
	2.00	23	3.8	3.8	4.0

3.00	329	54.9	54.9	58.9
4.00	246	41.1	41.1	100.0
Total	599	100.0	100.0	

**VAR00058**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	4	.7	.7	.7
	2.00	64	10.7	10.7	11.4
	3.00	283	47.2	47.2	58.6
	4.00	248	41.4	41.4	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00059**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	5	.8	.8	.8
	2.00	18	3.0	3.0	3.8
	3.00	315	52.6	52.6	56.4
	4.00	261	43.6	43.6	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00060**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	4	.7	.7	.7
	2.00	14	2.3	2.3	3.0
	3.00	296	49.4	49.4	52.4
	4.00	285	47.6	47.6	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00061**



		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	.3	.3	.3
	2.00	20	3.3	3.3	3.7
	3.00	291	48.6	48.6	52.3
	4.00	286	47.7	47.7	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00062**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	.5	.5	.5
	2.00	21	3.5	3.5	4.0
	3.00	333	55.6	55.6	59.6
	4.00	242	40.4	40.4	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00063**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	4	.7	.7	.7
	2.00	34	5.7	5.7	6.3
	3.00	300	50.1	50.1	56.4
	4.00	261	43.6	43.6	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00064**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	.5	.5	.5
	2.00	24	4.0	4.0	4.5

3.00	377	62.9	62.9	67.4
4.00	195	32.6	32.6	100.0
Total	599	100.0	100.0	

**VAR00065**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	7	1.2	1.2	1.2
3.00	378	63.1	63.1	64.3
4.00	214	35.7	35.7	100.0
Total	599	100.0	100.0	

**VAR00066**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	11	1.8	1.8	1.8
3.00	368	61.4	61.4	63.3
4.00	220	36.7	36.7	100.0
Total	599	100.0	100.0	

**VAR00067**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	12	2.0	2.0	2.0
3.00	348	58.1	58.1	60.1
4.00	239	39.9	39.9	100.0
Total	599	100.0	100.0	

**VAR00068**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	2.00	14	2.3	2.3	2.3
	3.00	331	55.3	55.3	57.6
	4.00	254	42.4	42.4	100.0
Total		599	100.0	100.0	

**VAR00069**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	14	2.3	2.3	2.3
	3.00	334	55.8	55.8	58.1
	4.00	251	41.9	41.9	100.0
Total		599	100.0	100.0	

**VAR00070**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	30	5.0	5.0	5.0
	3.00	334	55.8	55.8	60.8
	4.00	235	39.2	39.2	100.0
Total		599	100.0	100.0	

**VAR00071**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	23	3.8	3.8	3.8
	3.00	319	53.3	53.3	57.1
	4.00	257	42.9	42.9	100.0
Total		599	100.0	100.0	

**VAR00072**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	16	2.7	2.7	2.7
	3.00	290	48.4	48.4	51.1
	4.00	293	48.9	48.9	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00073**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	28	4.7	4.7	4.7
	3.00	335	55.9	55.9	60.6
	4.00	236	39.4	39.4	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00074**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	28	4.7	4.7	4.7
	3.00	350	58.4	58.4	63.1
	4.00	221	36.9	36.9	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00075**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	19	3.2	3.2	3.2
	3.00	332	55.4	55.4	58.6
	4.00	248	41.4	41.4	100.0

**VAR00075**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	19	3.2	3.2	3.2
	3.00	332	55.4	55.4	58.6
	4.00	248	41.4	41.4	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00076**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	15	2.5	2.5	2.5
	3.00	338	56.4	56.4	58.9
	4.00	246	41.1	41.1	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00077**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	23	3.8	3.8	3.8
	3.00	318	53.1	53.1	56.9
	4.00	258	43.1	43.1	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00078**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	12	2.0	2.0	2.0
	3.00	369	61.6	61.6	63.6

4.00	218	36.4	36.4	100.0
Total	599	100.0	100.0	

**VAR00079**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	33	5.5	5.5	5.5
	3.00	324	54.1	54.1	59.6
	4.00	242	40.4	40.4	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00080**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	20	3.3	3.3	3.3
	3.00	341	56.9	56.9	60.3
	4.00	238	39.7	39.7	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00081**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	19	3.2	3.2	3.2
	3.00	341	56.9	56.9	60.1
	4.00	238	39.7	39.7	99.8
	24.00	1	.2	.2	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00082**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	32	5.3	5.3	5.3
	3.00	287	47.9	47.9	53.3
	4.00	280	46.7	46.7	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00083**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	7	1.2	1.2	1.2
	3.00	308	51.4	51.4	52.6
	4.00	284	47.4	47.4	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00084**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	9	1.5	1.5	1.5
	3.00	285	47.6	47.6	49.1
	4.00	305	50.9	50.9	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00085**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	17	2.8	2.8	2.8
	3.00	291	48.6	48.6	51.4
	4.00	291	48.6	48.6	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00086**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.2	.2	.2
	2.00	47	7.8	7.8	8.0
	3.00	248	41.4	41.4	49.4
	4.00	303	50.6	50.6	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00087**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	28	4.7	4.7	4.7
	3.00	280	46.7	46.7	51.4
	4.00	291	48.6	48.6	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00088**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	70	11.7	11.7	11.7
	3.00	258	43.1	43.1	54.8
	4.00	271	45.2	45.2	100.0
	Total	599	100.0	100.0	

**VAR00089**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	.3	.3	.3
	2.00	50	8.3	8.3	8.7





Your complimentary  
use period has ended.  
Thank you for using  
PDF Complete.

[Click Here to upgrade to  
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

3.00	289	48.2	48.2	56.9
4.00	258	43.1	43.1	100.0
Total	599	100.0	100.0	

**VAR00090**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	13	2.2	2.2	2.2
	2.00	58	9.7	9.7	11.9
	3.00	272	45.4	45.4	57.3
	4.00	256	42.7	42.7	100.0
	Total	599	100.0	100.0	



*Your complimentary  
use period has ended.  
Thank you for using  
PDF Complete.*

[\*Click Here to upgrade to  
Unlimited Pages and Expanded Features\*](#)



*Your complimentary  
use period has ended.  
Thank you for using  
PDF Complete.*

[\*Click Here to upgrade to  
Unlimited Pages and Expanded Features\*](#)