

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Humas/*Public Relations*

Humas (hubungan Masyarakat) merupakan terjemahan bebas dari istilah *Public Relations*/PR atau bisa disebut juga *Human Relations*/PR. *Public Relations* secara etimologi berasal dari bahasa Inggris yang berarti hubungan masyarakat.¹

The British Institute of Public Relation pada tahun 1948 memberikan definisi *Public Relations* atau humas sebagai suatu usaha yang sengaja dilakukan, direncanakan secara terus menerus untuk menciptakan memelihara saling pengertian antara suatu lembaga dengan masyarakat.²

Menurut H. A. W. Widjaja Hubungan Masyarakat disebut juga *public relations (purel)*, dengan ruang lingkup (*scope*) kegiatan yang menyangkut baik individu ke dalam maupun individu keluar dan semua kegiatan diselenggarakan dalam rangka pelaksanaan tugas dan fungsi masing-masing lembaga atau organisasi.³

¹John M. Echols dan Hasan Shadily, *Kamus Inggris-Indonesia*, Jakarta: Gramedia, 1996), h. 225

²Hayatun Nufuz, *Skripsi Upaya Humas Kantor Wilayah Kementerian Agama Kalimantan Selatan Dalam Menciptakan Kerukunan Umat Beragama*, (Banjarmasin: IAIN Antasari Banjarmasin, 2013), h. 14

³ H.A.W. Widjaja, *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008), Cet.5, Ed.1, h. 53

World Assembly of Public Relations melakukan pertemuan pertama kali pada tahun 1978 di Mexico. Pertemuan ini menghasilkan sebuah definisi PR yang disepakati bersama. Definisi ini dikenal sebagai *The Mexico Definition* yang berbunyi: “*Public relations* adalah seni dan ilmu sosial yang menganalisis *tren*, memprediksi konsekuensi dari *tren* tersebut, memberikan masukan bagi para pemimpin organisasi, dan mengimplementasikan tindakan dari program yang direncanakan, yang akan melayani organisasi dan kepentingan publik.”⁴

Cutlip, dan Center dan Broom menjelaskan *public relations* adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.⁵

Dalam buku *The Dynamics of Mass Communication: Media In The Digital Age* menyebutkan *Public relations is a management function. It is designed to help a company set its goals and adapt to a changing environment. public relations practitioners regularly counsel top management. Inherent in the specification of public relations is a planned activity. It is organized and directed toward specific goals and objectives.*⁶

Hubungan masyarakat, atau sering disingkat humas adalah seni menciptakan pengertian publik yang lebih baik sehingga dapat memperdalam

⁴Keith Butterick, penerjemah Nurul Hasfi, *Pengantar Public Relations dan Praktik*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h.8

⁵Rachmat Kriyantono, S.Sos, M.Si, *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*, (Jakarta: Kencana, 2008) h.5

⁶Joseph R. Dominick, *The Dynamics Of Mass Communication: Media In The Digital Age*, (New York: Mc Graw-Hill, 2005), h. 342

kepercayaan publik terhadap individu/organisasi. Istilah humas juga memiliki pengertian yang luas dan populer digunakan dalam rangka menyampaikan berbagai informasi yang penting, baik dalam konteks pemerintahan, perusahaan maupun perkantoran.

B. Pengertian Aktivitas

Kata aktivitas berasal dari bahasa Inggris *activity*, yang berarti kegiatan, kesibukan.⁷ Dalam kamus umum Bahasa Indonesia, kata aktivitas diartikan kegiatan, kesibukan.⁸ Menurut Bambang Marjihanto, aktivitas berarti kesibukan, keaktifan kerja atau suatu kegiatan kerja dilaksanakan di setiap kegiatan dalam perusahaan.⁹

Menurut SP. Siagian, dalam bukunya *Bunga Rimpai Manajemen Modern* mengatakan bahwa aktivitas ialah segala sesuatu yang dikerjakan didalam suatu organisasi, termasuk keterlambatan-keterlambatan dan penyimpangan-penyimpangan serta operasi-operasi yang beraneka ragam dan setiap gerak didalam prosedur.¹⁰ Kemudian Soedarda Poebakawatja, dalam bukunya *Ensiklopedia Administrasi* mengartikan aktivitas dengan suatu

⁷Jhon M. Echols dan Hasan Sadily, *Kamus Inggris-Indonesia*, (Jakarta: Gramedia, 1997), h. 10

⁸W.J.S. Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2010), ed. 3, cet. 7, h. 20.

⁹Bambang Marjihanto, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Bintang Timur, 1995), h. 22.

¹⁰SP. Siagian, *Bunga Rimpai Manajemen Modern*, (Jakarta: Gunung Agung, 1982), h. 112.

perbuatan yang mengandung makna tertentu dan memang dikendalikan oleh orang yang melakukannya.¹¹

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa aktivitas adalah suatu kegiatan, kesibukan yang dikerjakan didalam suatu organisasi yang dikendalikan oleh orang yang melakukannya.

Sedangkan humas sebagai pihak yang harus menjalin komunikasi ke dalam dan ke luar memiliki banyak aktivitas yang harus dilakukan, yaitu:

1. Membina hubungan dengan lingkungan internal.
2. Membina hubungan dengan pers
3. Dokumentasi dan kliping
4. Kegiatan khusus (*special event*)
5. Pameran¹²

Kegiatan kehumasan di instansi pemerintah hampir seluruhnya sama yaitu, peliputan dan pendokumentasian kegiatan pimpinan, penyebarluasan informasi melalui jumpa pers, sosialisasi, penyusunan pidato, penerbitan majalah, menulis *press release*, periklanan di media massa, membuat kliping berita, dan melayani pers. Di lingkungan pemerintah daerah, humas juga melakukan siaran keliling.¹³

Kemudian Rosady Ruslan menyebutkan ruang lingkup tugas PR dalam sebuah organisasi lembaga antara lain meliputi aktivitas sebagai berikut:

h.26 ¹¹Soedarda Poebakawatja, *Ensiklopedia Administrasi*, (Jakarta:Gunung Agung, 1976),

¹²Betty Wayu Nila, *Humas Pemerintah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), ed.1

¹³Betty Wayu Nila, *Humas Pemerintah*, *ibid*, h. 85.

1. Membina hubungan ke dalam (publik internal)

Yang dimaksud dengan publik internal adalah publik yang menjadi bagian dari unit/badan/ perusahaan atau organisasi itu sendiri.

2. Membina hubungan keluar (publik eksternal)

Yang dimaksud publik eksternal adalah publik umum (masyarakat luas).¹⁴

C. Tujuan Humas

Tujuan humas atau public relations secara umum/universal terbagi kepada empat hal, yakni:

1. Menciptakan citra yang baik
2. Memelihara citra yang baik
3. Meningkatkan citra yang baik
4. Memperbaiki citra jika citra organisasi menurun/rusak.¹⁵

Tujuan humas adalah untuk menciptakan membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi lembaga atau organisasi di satu pihak dan dengan publik di lain pihak dengan komunikasi yang harmonis dan timbal balik.

Pada dasarnya, humas adalah kegiatan yang bertujuan memperoleh *goodwill*, kepercayaan, saling adanya pengertian dan citra yang baik dari publik atau masyarakat pada umumnya.

¹⁴Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations dan media komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada,2007). Ed. Revisi, cet. 8, h. 22-23

¹⁵Neni Yulianita, *Dasar-dasar Public Relations*, (Bandung: Lab Multimedia Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung, 2001), h. 42-43

Secara garis besar, tujuan humas menyangkut tiga hal, yaitu:

1. Reputasi dan citra. Tugas humas tidak lepas dari reputasi dan citra, dengan asumsi bahwa citra yang positif akan berkaitan dengan semakin tingginya akses publik terhadap output dari perusahaan tersebut.
2. Jembatan komunikasi. Humas menjadi komunikator dan mediator organisasi dengan lingkungannya.
3. *Mutual benefit relationship*, yaitu humas harus menjamin kepada publik bahwa perusahaan berada di dalam operasinya memiliki niat baik dalam berbisnis yang diwujudkan dalam tanggungjawab sosial yang diekspresikan melalui hubungan yang saling menguntungkan di antara perusahaan dan publiknya.¹⁶

Beberapa hal berikut adalah gambaran fungsi humas:

1. Edwin Emery dalam bukunya *Introduction to mass communications* menyatakan “*The planned and organized effort of a company or institution to establish mutually beneficial through acceptable communications relationship with its various public*” (upaya yang terencana dan terorganisasi dari sebuah perusahaan atau lembaga untuk menciptakan hubungan-hubungan yang saling bermanfaat dengan berbagai publiknya).
2. Pada dasarnya humas adalah:
 - a. Memiliki sasaran untuk menciptakan opini publik yang bisa diterima dan menguntungkan semua pihak.

¹⁶Betty Wahyu Nila, *Humas Pemerintah, ibid*, h. 7

- b. Unsur penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik, sesuai harapan publik tetapi merupakan kekhasan organisasi/perusahaan. Sangat penting bagaimana organisasi memiliki warna, budaya, citra, suasana yang kondusif dan menyenangkan, kinerja meningkat, dan produktivitas bisa dicapai secara optimal.
 - c. Usaha menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya, internal atau eksternal melalui proses timbal balik, sekaligus menciptakan opini publik sebagai efeknya, yang sangat berguna sebagai input organisasi/perusahaan yang bersangkutan.
3. Kegiatan humas haruslah dilakukan secara menyeluruh dan berkesinambungan.
 4. Sukses humas dalam melaksanakan fungsinya, merupakan keterlibatan seluruh individu dalam organisasi, masing-masing dalam tugasnya, mulai dari top dan staf management sampai tingkat yang paling bawah dalam manajemen. Di sini, komunikasi dan kerja sama sangat vital dalam pencapaian tugas humas.
 5. Humas haruslah dimulai dari masing-masing organisasi dan organisasi itu sendiri.

Dengan singkat dapat dikatakan bahwa fungsi humas adalah memelihara, mengembangtumbuhkan, mempertahankan adanya komunikasi timbal balik yang diperlukan dalam menangani, mengatasi peroblem yang muncul, atau meminimalkan munculnya problem.¹⁷

¹⁷Betty Wahyu Nila, *Humas Pemerintah, ibid*, h. 7-8

Berdasarkan ciri khas kegiatan kehumasan tersebut, menurut pakar humas internasional, Cutlip & Centre, and Canfield (1982), fungsi humas dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen lembaga/organisasi).
2. Membina hubungan hubungan yang harmonis antara badan/organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
3. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi, dan tanggapan masyarakat terhadap badan/organisasi yang diwakilinya, atau sebaliknya.
4. Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbang saran kepada pimpinan manajemen demi tujuan dan manfaat bersama.
5. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi, serta peran dari badan/organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak.¹⁸

Humas atau *public relations* dikatakan berfungsi apabila dia mampu melakukan tugas dan kewajibannya dengan baik, berguna untuk menunjang tujuan perusahaan dan menjamin kepentingan publik. Cutlip dan center menyebutkan fungsi *public reletions* sebagai berikut:

¹⁸Betty Wahyu Nila, *Humas Pemerintah, ibid*, h. 9

1. Menunjang kegiatan manajemen dan mencapai tujuan organisasi
2. Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari perusahaan kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada perusahaan.
3. Melayani publik dan memberikan nasehat kepada pimpinan perusahaan untuk kepentingan umum.
4. Membina hubungan secara harmonis antara perusahaan dan publik, baik internal maupun eksternal.¹⁹

D. Hakikat Humas

1. Ruang Lingkup Humas

Hubungan masyarakat (humas) meliputi antara lain:

- a. Pengumpulan dan pengolahan data
- b. Penerangan
- c. Publikasi

2. Perincian Tugas Humas

Berdasarkan tugas pokok tersebut, maka humas memerinci lebih lanjut tugas pokok tersebut sebagai berikut:

- a. Pengumpulan dan pengolahan data
 - 1) Mengumpulkan data untuk keperluan informasi
 - 2) Mengolah data
 - 3) Menyajikan data sehingga siap digunakan

¹⁹Rachmat Kriyantono, *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*, *ibid*, h. 22

- 4) Mengarsipkan data sehingga sewaktu-waktu dapat digunakan kembali
- 5) Melayani kebutuhan data bagi yang memerlukan
- 6) Membuat klipring dari seluruh media massa

b. Penerangan

- 1) Menyebarkan informasi, dengan jelas:
 - a) Menyediakan dan mengumpulkan bahan informasi
 - b) Memberikan paket informasi
 - c) Memberikan bahan berita (*release*) baik yang tertulis maupun foto.
- 2) Mengadakan hubungan dengan media massa, yang berupa:
 - a) Menyiapkan baik lewat pers maupun TVRI/RRI yang berbentuk berita, wawancara, varia pendidikan, dinamika pembangunan, siaran pedesaan, apresiasi budaya, dan lain-lain.
 - b) Mengadakan konperensi pers.
 - c) Mengatur wawancara langsung antara pejabat dengan para wartawan.
- 3) Mengadakan pemberian kehumasan yang berupa:
 - a) Mengadakan temu karya (rapat kerja)
 - b) Mengadakan temu karya para wartawan dengan para pejabat.
- 4) Membuat dokumentasi kegiatan lembaga, meliputi dokumentasi foto, rekaman pidato, film movie, sambutan-sambutan, siaran TVRI dalam bentuk video.
- 5) Menyelenggarakan pameran

- 6) Memberikan pelayanan informasi dengan menyajikan berita-berita dan kliping.
- 7) Mentranskrip rekaman pidato dan mengarsipkannya
- 8) Mengalbumkan foto-foto kegiatan
- 9) Mengikuti kunjungan kerja pejabat/pimpinan
- 10) Mengadakan wisata pers (pers tour) ke obyek yang telah ditentukan.

c. Publikasi

- 1) Menerbitkan warta harian, mingguan, majalah, bulanan, dan folder (leaflet).
- 2) Menerbitkan buku kerja
- 3) Menerbitkan kalender kerja.
- 4) Ikut serta menyelenggarakan pameran, antara lain pameran pembangunan.²⁰

E. Ruang Lingkup Humas/Public Relations

Secara sederhana ruang lingkup pekerjaan yang biasa dilakukan Humas atau *Public relations*, yaitu:

1. Publication & Publicity

Mengenalkan perusahaan kepada publik. Misalnya membuat tulisan yang disebarkan ke media, *newsletter*, artikel, dan lainnya.

²⁰ H. A. W. Widjaja, *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, *ibid*, h. 57-59

2. *Events*

Mengorganisasi event atau kegiatan sebagai upaya membentuk citra.

3. *News*

Pekerjaan seorang public relations adalah menghasilkan produk-produk tulisan yang sifatnya menyebarkan informasi kepada publik, seperti press release, newsletter, berita, dan lain-lain.

4. *Community involvement.*

Public relations mesti membuat program-program yang ditujukan untuk menciptakan keterlibatan komunitas atau masyarakat.

5. *Identity-Media*

Merupakan pekerjaan public relations dalam membina hubungan dengan media (pers) untuk memperoleh publisitas media.

6. *Lobbying*

Public relations sering melakukan upaya persuasi dan bernegosiasi dengan berbagai pihak.

7. *Social investment*

Pekerjaan public relations untuk membuat program-program yang bermanfaat bagi kepentingan dan kesejahteraan sosial.²¹

F. Media Humas/*Public Relations*

Untuk melakukan pekerjaan di bagian publisitas dan media relations seorang *Public relations* mempunyai alat-alat kegiatan, seperti:

²¹Rachmat Kriyantono, *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*, *ibid*, h. 23-25.

1. *Press release* (menulis berita tentang perusahaan kepada media)
2. *Press conference* (menyampaikan informasi tentang perusahaan dengan secara langsung mengundang wartawan)
3. *Press tours* (mengundang wartawan untuk berkunjung ke perusahaan)
4. *Press party* (menjamu wartawan makan bersama)
5. *Press receptions* (mengadakan acara khusus pertemuan dengan wartawan)
6. *Media gathering* (mengumpulkan media dalam sebuah forum).²²

G. Komunikasi

Komunikasi adalah hubungan kontak antara manusia baik individu maupun kelompok. Dalam kehidupan sehari-hari komunikasi adalah bagian dari kehidupan manusia. Komunikasi sangat berpengaruh terhadap hubungan manusia, terutama untuk bagian humas dalam menjalankan tugas dan fungsinya yaitu menjalin komunikasi ke dalam maupun keluar. Dalam buku *Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture*, menyebutkan *communication is the transmission of a message from a source to a receiver*.²³

Berbagai sumber menyebutkan kata komunikasi berasal dari bahasa Latin *communis*, yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Akar kata *communis* adalah *communico*, yang artinya berbagi. Dalam hal ini, yang dibagi adalah

²²Rachmat Kriyantono, *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*, *ibid*, h. 28.

²³Stanley J. Baran, *Introduction to Mass Communication: Media Literacy and Culture*, (New York: Mc Graw-Hill Higher Education, 2009), h. 4

pemahaman bersama melalui pertukaran pesan. Komunikasi sebagai kata kerja (*verb*) dalam bahasa Inggris, *communicate*,²⁴ berarti:

1. Untuk bertukar pikiran-pikiran, perasaan-perasaan, dan informasi
2. Untuk menjadikan paham (tahu)
3. Untuk membuat sama, dan
4. Untuk mempunyai sebuah hubungan yang simpatik²⁵

Sedangkan dalam kata *benda (noun)*, *communication*, berarti:

1. Pertukaran simbol, pesan-pesan yang sama, dan informasi
2. Proses pertukaran di antara individu-individu melalui sistem simbol-simbol yang sama
3. Seni untuk mengekspresikan gagasan-gagasan
4. Ilmu pengetahuan tentang pengiriman informasi²⁶

Dalam bahasa komunikasi pernyataan dinamakan pesan (*message*), orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*) sedangkan orang yang menerima pernyataan diberi nama komunikan (*communicatee*). Untuk tegasnya, komunikasi berarti proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Jika dianalisis pesan komunikasi terdiri dari dua aspek, pertama isi pesan (*the content of the message*), kedua lambang

²⁴Nurani Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2010), h.55

²⁵Nurani Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, *ibid*, h. 56

²⁶Nurani Soyomukti, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, *ibid*, h. 56

(*symbol*). Konkritnya isi pesan itu adalah pikiran atau perasaan, lambang adalah bahasa.²⁷

Deddy Mulyana dalam bukunya *Komunikasi Efektif: Suatu Pendekatan Lintas Budaya* mengatakan komunikasi adalah proses berbagi makna melalui perilaku verbal dan nonverbal. Segala perilaku dapat disebut komunikasi jika melibatkan dua orang atau lebih.²⁸ Komunikasi juga diartikan sebagai situasi yang merupakan sebuah sumber yang mengirimkan sebuah pesan kepada penerima dengan tujuan tertentu untuk memengaruhi perilaku penerima.²⁹ Selain itu, komunikasi pada umumnya diartikan sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan, atau diartikan pula sebagai saling tukar-menukar pendapat.³⁰ Suksesnya sebuah komunikasi tentu harus didukung oleh beberapa unsur sebagai berikut:

1. Sumber
2. Komunikator
3. Pesan
4. *Chanel* (saluran)
5. *Effect* (hasil)³¹

²⁷Onong Uchjana Effendi, *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1993), h. 28

²⁸Deddy Mulyana, *Komunikasi Efektif: Suatu Pendekatan LintasBudaya*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), h. 3

²⁹Stephen W. Littlejohn dan Karena A Foss, *Teori Komunikasi Theories of Human Communication*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), h. 5

³⁰H.A.W Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2000), h.13

³¹H.A.W Widjaja, *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*, Ibid, h. 30

Dari beberapa pengertian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi adalah proses pengiriman pesan dengan menggunakan sebuah sumber yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan sebuah saluran dan mengharapkan adanya sebuah hasil.

H. Etika Komunikasi Dalam Perspektif Islam

Komunikasi menjadi dasar utama untuk semua kegiatan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam sebuah proses komunikasi, Islam mempunyai kaidah, prinsip atau etika komunikasi Islam yang merupakan panduan melakukan komunikasi dalam setiap kegiatan baik secara lisan maupun tulisan. Adapun jenis-jenis gaya bicara yang termasuk sebagai kaidah dan prinsip etika komunikasi Islam, yaitu:

1. *Qawlan Sadidan*

Kata *qawlan sadidan* disebutkan dalam QS. An-Nisa/4:9³² yang berbunyi:

وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعَفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا
 اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

Artinya: Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang sekiranya mereka meninggalkan keturunan yang lemah dibelakang mereka, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan)nya. Oleh sebab itu, hendaklah

³²Maslina, *Konsep Komunikasi Islam Menurut Jalaluddin Rakhmat*, (Banjarmasin: Antasari Press: 2006), h.53

*mereka bertakwa kepada Allah, dan hendaklah mereka berbicara dengan tutur kata yang benar.*³³

Dari ayat tersebut, Jalaluddin Rakhmat mengartikan *qawlan sadidan* sebagai pembicaraan yang benar dan jujur. Namun, dalam pengertian tersebut kata benar mempunyai beberapa makna yakni sesuai dengan kriteria kebenaran dan kejujuran (tidak bohong)

a. Kebenaran

Arti kebenaran ialah sesuai dengan kriteria kebenaran. Sebagai orang Islam, ucapan yang benar tentu ucapan yang sesuai dengan Al Quran, al Sunnah dan Ilmu. Al Quran menyatakan bahwa berbicara yang benar adalah persyaratan untuk kebenaran (kebaikan, kemaslahatan) amal. Bila ingin menyukseskan karya kita, bila ingin memperbaiki masyarakat kita, menurut Jalaluddin Rakhmat kita harus menyebarkan pesan yang benar.³⁴

b. Kejujuran (tidak bohong)

Arti kedua *qawlan sadidan* adalah ucapan yang jujur, tidak bohong.³⁵ Nabi Muhammad SAW bersabda:

و قال النبي صلى الله عليه و سلم: ان الصدق يهدى الى البر و البر يهدى الى
الجنة و ان الرجل ليصدق حتى يكتب عند الله صديقا وان الكذب يهدى الى
الفجور والفجور يهدى الى النار وان الرجل ليكذب حتى يكتب عند الله كذابا³⁶

³³Kementerian Agama RI Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Urusan Agama Islam dan Pembinaan Syariah, *Al Quran dan Terjemahnya*, (Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), h. 101

³⁴ Maslina, *Konsep Komunikasi Islam Menurut Jalaluddin Rakhmat*, *ibid*, h. 54-55

³⁵ Maslina, *Konsep Komunikasi Islam Menurut Jalaluddin Rakhmat*, *ibid*, h. 58

Artinya: *Sesungguhnya kejujuran itu menunjukkan kepada kebajikan dan kebajikan itu menunjukkan kepada surga dan sesungguhnya seorang laki-laki itu benar sehingga ia ditulis di sisi Allah orang yang sangat jujur, dan sesungguhnya dusta itu menunjukkan kepada kejahatan dan kejahatan menunjukkan kepada neraka dan sesungguhnya seorang laki-laki itu dusta sehingga ia ditulis disisi Allah orang yang sangat berdusta.*³⁷

Dari hadist tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa dalam komunikasi kejujuran menjadi menjadi suatu keharusan bagi setiap komunikator agar komunikasinya efektif.

2. *Qawlan Balighan*

Qawlan balighan dapat diterjemahkan ke dalam komunikasi yang efektif. Asal *balighan* adalah *balagha* yang artinya sampai atau fashih.³⁸

Ungkapan *qawlan balighan* terdapat dalam QS. An-Nisa/4:63, yang berbunyi³⁹:

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

³⁶Imam Al Ghazali, *Ihya Ulumiddin*, (Al Haramain: Darul Ulum), h. 374

³⁷Imam Al Ghazali, *Terjemah Ihya Ulumiddin jilid ix*, terj. Moh. Zuhri dkk, (Semarang: CV Asy-Syifa, 2009), h. 90

³⁸H. Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*, (Jakarta: PT. Logos Wacana Ilmu, 1999), h.92

³⁹Maslina, *Konsep Komunikasi Islam Menurut Jalaluddin Rakhmat*, *ibid.*, h. 62

Artinya: Mereka itu adalah orang-orang yang (sesungguhnya) Allah mengetahui apa yang ada di dalam hatinya. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka nasihat, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang membekas pada jiwanya.⁴⁰

Menurut Jaluddin Rakhmat *qawlan balighan* dapat dirincikan menjadi dua. Pertama, *qawlan balighan* terjadi bila komunikator menyesuaikan pembicaraan dengan sifat-sifat khalayak yang dihadapinya. Kedua, *qawlan balighan* terjadi apabila komunikator menyentuh khalayak pada hati dan otaknya sekaligus.⁴¹

3. *Qawlan Maysuran*

Dalam komunikasi massa dianjurkan untuk menyajikan tulisan atau bahasa yang mudah dicerna. Bahasa jurnalistik adalah bahasa yang mudah, ringkas, dan tepat.⁴² Dalam komunikasi baik lisan maupun tulisan dianjurkan untuk mempergunakan bahasa yang mudah, ringkas, dan tepat, sehingga mudah dicerna dan dimengerti. Dalam Al Quran ditemukan istilah *qawlan maysuran* yang merupakan saah satu tuntunan untuk melakukan komunikasi dengan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan melegakan yang terdapat dalam QS. Al-Isra/17:28, yang berbunyi⁴³:

وَأَمَّا تُعْرَضْنَ عَنْهُمْ أَبْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا ﴿٢٨﴾

⁴⁰Kementerian Agama RI Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Urusan Agama Islam dan Pembinaan Syariah, *Al Quran dan Terjemahnya*, *ibid*, h. 115

⁴¹Maslina, *Konsep Komunikasi Islam Menurut Jalaluddin Rakhmat*, *ibid*, h. 63-65

⁴²Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*, *ibid*, h. 89

⁴³Maslina, *Konsep Komunikasi Islam Menurut Jalaluddin Rakhmat*, *ibid*, h. 73

Artinya: *Dan jika engkau berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang lemah lembut.*⁴⁴

Dalam konteks *qawlan maysuran* pada hakikatnya bagaimana menyampaikan pesan agar mudah dipahami dan dimengerti secara spontan tanpa harus berpikir dua kali sehingga diperlukan bahasa komunikasi yang gampang, mudah, ringan, pantas dan berisi hal-hal yang menggembirakan.⁴⁵

4. *Qawlan Layyinan*

Islam mengajarkan agar manusia menggunakan komunikasi yang lemah lembut kepada siapa pun. Dengan menggunakan komunikasi yang lemah lembut lebih cepat dipahami dan diyakini oleh lawan dialog karena sifatnya bersahabat. Perintah menggunakan perkataan yang lemah lembut ini terdapat dalam QS. Thoha/20:44, yang berbunyi⁴⁶:

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ ﴿٤٤﴾

Artinya: *Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya (Fir'aun) dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan dia sadar atau takut.*⁴⁷

Qawlan layyinan adalah etika komunikasi yang diimbangi dengan sikap dan perilaku yang baik, lemah lembut, tanpa emosi dan caci maki,

⁴⁴Kementerian Agama RI Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Urusan Agama Islam dan Pembinaan Syariah, *Al Quran dan Terjemahnya*, *ibid*, h. 388

⁴⁵Maslina, *Konsep Komunikasi Islam Menurut Jalaluddin Rakhmat*, *ibid*, h. 75

⁴⁶Maslina, *Konsep Komunikasi Islam Menurut Jalaluddin Rakhmat*, *ibid*, h.76

⁴⁷Kementerian Agama RI Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Urusan Agama Islam dan Pembinaan Syariah, *Al Quran dan Terjemahnya*, *ibid*, h. 435

atau dalam bahasa komunikasi antara pesan verbal (kata-kata) dan nonverbal (bukan kata-kata) harus seimbang.⁴⁸

5. *Qawlan Kariman*

Ungkapan *qawlan kariman* dalam QS. Al-Isra/17:23, yang berbunyi⁴⁹:

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا ۖ إِمَّا يَبُلُغَنَّ عِنْدَكَ
الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرهُمَا وَقُلْ لَهُمَا
قَوْلًا كَرِيمًا ﴿١٣﴾

Artinya: *Dan Tuhanmu telah memerintahkan agar kamu jangan menyembah selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik kepada ibu bapak. Jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berusia lanjut dalam pemeliharaanmu, maka sekali-kali janganlah engkau mengatakan kepada keduanya perkataan “ah” dan janganlah engkau membentak keduanya, dan ucapkanlah kepada keduanya perkataan yang baik.*⁵⁰

Qawlan kariman menyiratkan suatu prinsip utama dalam etika komunikasi Islam, yakni penghormatan. Komunikasi dalam Islam harus memperlakukan orang lain dengan penuh rasa hormat. *Qawlan kariman* diperlukan demi efektifnya suatu komunikasi, karena permasalahan perkataan tidak bisa dianggap ringan dalam komunikasi, karena salah

⁴⁸Maslina, *Konsep Komunikasi Islam Menurut Jalaluddin Rakhmat*, *ibid*, h. 78-79

⁴⁹Maslina, *Konsep Komunikasi Islam Menurut Jalaluddin Rakhmat*, *ibid*, h.81

⁵⁰Kementerian Agama RI Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Urusan Agama Islam dan Pembinaan Syariah, *Al Quran dan Terjemahnya*, *ibid*, h. 387

perkataan berarti berimplikasi terhadap kualitas komunikasi dan pada gilirannya mempengaruhi kualitas hubungan sosial.⁵¹

6. *Qawlan Ma'rufan*

Qawlan ma'rufan mengandung pengertian perkataan atau ungkapan yang baik dan pantas.⁵² Jalaluddin Rakhmat menjelaskan Allah SWT menggunakan frasa *qawlan ma'rufan* ketika berbicara tentang kewajiban orang-orang kaya atau orang kuat terhadap orang miskin atau lemah. Berdasarkan hal tersebut dapat dipahami bahwa *qawlan ma'rufan* berarti pembicaraan yang bermanfaat, memberikan pengetahuan, mencerahkan pikiran dan menunjukkan pemecahan kesulitan. Jadi kepada orang lemah, jika tidak mampu membantu secara material, maka bisa memberikan bantuan secara psikologis. Sebagaimana disebutkan dalam firman Allah SWT QS. Al-Baqarah/2:263, yang berbunyi⁵³:

قَوْلٌ مَّعْرُوفٌ وَمَغْفِرَةٌ خَيْرٌ مِّنْ صَدَقَةٍ يَتَّبِعُهَا أَذًى ۗ وَاللَّهُ غَنِيٌّ حَلِيمٌ ﴿٢٦٣﴾

Artinya: *Perkataan yang baik dan pemberian maaf lebih baik dari sedekah yang diiringi dengan tindakan yang menyakiti. Allah Mahakaya, Maha Penyantun.*⁵⁴

⁵¹Maslina, *Konsep Komunikasi Islam Menurut Jalaluddin Rakhmat*, *ibid*, h. 81-83

⁵²H. Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*, *ibid*, h. 85

⁵³Maslina, *Konsep Komunikasi Islam Menurut Jalaluddin Rakhmat*, *ibid*, h.84

⁵⁴Kementerian Agama RI Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Direktorat Urusan Agama Islam dan Pembinaan Syariah, *Al Quran dan Terjemahnya*, *ibid*, h. 55p

I. Kegiatan Keagamaan

1. Pengertian Kegiatan Keagamaan

Kata keagamaan merupakan istilah yang mengalami imbuhan dari kata dasar “agama” yang mendapat awalan “ke-“ dan akhiran “-an” yang menunjukkan kata sifat yang bersifat keagamaan dengan pengertian sebagai berikut:

- a. Agama adalah teks atau kitab suci yang mengandung ajaran-ajaran yang menjadi tuntutan hidup bagi para penganutnya.
- b. Agama adalah dustur atau undang-undang ilahi yang diturunkan Allah untuk menjadi pedoman hidup dalam kehidupan di alam dunia untuk mencapai kebahagiaan akhirat.
- c. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata agama berarti suatu sistem, prinsip kepercayaan terhadap Tuhan dengan ajaran kebaktian dan kewajiban-kewajiban yang bertalian dengan kepercayaan itu.⁵⁵

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kegiatan keagamaan adalah segala perbuatan dan perkataan seseorang yang didasarkan pada nilai-nilai atau norma-norma yang berpangkal pada ajaran-ajaran agama.

Tujuan yang hakiki dari kehidupan manusia adalah untuk menyembah Allah SWT semata-mata, dengan menjalankan dan mengatur segala segi aspek kehidupan didunia ini, lahir dan batin sesuai dengan kehendak ilahi, baik sebagai orang perseorangan dalam hubungannya

⁵⁵<http://digilib.uinsby.ac.id/9431/5/bab%202.pdf>, di akses tanggal 13 Juni 2016

dengan khalik, ataupun sebagai anggota masyarakat dalam hubungannya dengan sesamamannya. Manusia tidak bisa melepaskan diri dari agama. Dengan kata lain manusia adalah makhluk yang agamis, karena mereka membutuhkan bimbingan dan petunjuk yang mutlak kebenarannya. Sementara kebenaran yang mutlak itu datang dari Tuhan yang dituangkannya dalam suatu wadah yang disebut agama.⁵⁶

2. Jenis-jenis Kegiatan Keagamaan

Dalam buku Petunjuk Pelaksanaan Pendidikan Agama Islam disebutkan contoh kegiatan keagamaan sebagai berikut:

- a. Musabaqah Tilawatil Qur'an
- b. Ceramah Pengajian Mingguan
- c. Peringatan Hari Besar
- d. Kunjungan ke museum, ziarah ke makam Islam
- e. Seni Kaligrafi
- f. Penyelenggaraan shalat jum'at, shalat tarawih
- g. Cinta Alam⁵⁷

Beberapa kegiatan keagamaan yang telah disebutkan di atas adalah sebagian dari kegiatan keagamaan dalam Islam. Jika kegiatan keagamaan tersebut diseberluaskan melalui cara tertentu maka kegiatan keagamaan tersebut bisa dikatakan sebagai pesan komunikasi. Agama memiliki sensitivitas tersendiri. Bukan saja karena hampir selalu diidentifikasi sebagai rumusan pesan-pesan sakral, halal dan haram, tetapi karena agama

⁵⁶Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), h. 151

⁵⁷<http://digilib.uinsby.ac.id/9431/5/bab%202.pdf>, di akses tanggal 13 Juni 2016, *ibid*

merupakan bagian dari wilayah psikologis yang amat substantif dari kehidupan manusia. karena itu, ketika dikomunikasikan, seperti diisyaratkan Rasulullah, nilai-nilai ajaran perlu dirumuskan dengan mempertimbangkan kapasitas intelektual serta perkembangan kepribadian sarannya, serta kondisi sosial budaya yang melingkupinya.⁵⁸

Pers, baik media cetak maupun elektronik, merupakan saluran penyebaran informasi yang cukup efektif dan efisien. Efektif karena kekuatan daya persuasinya yang mampu menembus daya rasa dan daya pikir para pembaca dan pendengarnya. Efisien karena terpaannya luas. Dapat menjangkau jutaan, bahkan ratusan juta massa yang secara geografis tersebar diberbagai tempat dan suasana.⁵⁹

Dari beberapa penjelasan di atas dapat disimpulkan sebuah kegiatan keagamaan yang disampaikan akan menjadi sebuah pesan komunikasi. Jika pesan komunikasi tersebut dikemas dengan baik maka akan dengan mudah mempengaruhi sasaran pesan tersebut. Selain itu, pesan komunikasi tersebut juga harus di sampaikan melalui sebuah saluran yaitu pers, baik media cetak ataupun media elektronik yang jangkauanny sangat luas.

⁵⁸Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dahwah Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2012), h.197

⁵⁹Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dahwah Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*, *ibid*, h. 149