

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh peneliti lain dapat digunakan sebagai masukan dan bahan penelitian untuk penelitian tersebut. Dalam mempersiapkan temuan penelitian saya, saya melakukan survei literatur dan menemukan bahwa beberapa siswa telah menulis di masa lalu tentang masalah yang hampir sama, mirip dengan judul yang coba dibuat oleh penulis.

Dengan demikian agar menghindari dari hal-hal yang tidak diinginkan seperti “menduplikat” Hasil Karya orang lain, maka diperlukannya suatu ketegasan dalam penelitian yang dilakukan melalui perbedaan antara judul, topic yang sedang dibahas, yang dijabarkan oleh peneliti yaitu:

Persamaan penelitian terdahulu yang dilakukan Ayu Asnani. Burhanuddin dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pare, terletak pada konsep penelitian yang sama, yaitu menganalisis isi pesan dakwah. Tetapi, penelitian ini memiliki tujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis konsep nilai-nilai dalam konten Instagram Untuk mendeskripsikan dan menganalisis proses penanaman nilai-nilai dakwah pada konten istagram Dari analisis yang telah dilakukan oleh peneliti yang menggunakan teori agenda setting yang menekankan dengan hubungan positif anatar penilaian yang diberikan media dengan perhatian yang diberikan khalayak pada persoalan yang dianggap penting oleh media.

Pada penelitian selanjutnya, yaitu penelitian Siti Muthi'ah Universitas Negeri Islam Syarif hidayatullah Jakarta menganalisis dakwah dari sebuah film dan dampak pesan dari sebuah film islami Dari analisis Penelitian ini bahwa dakwah yang terkandung dalam film perempuan berkalung sorban memiliki pesan dakwah akhlak dan aqidah.

Sedangkan penelitian yang terakhir yang peneliti pilih adalah, penelitian dari Gyta Rastyka Dhela dari Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. konsep yang digunakan pada penelitian ini juga sama dengan penulis tentang

Dakwah. Sementara perbedaannya terletak pada akun dakwah juga pembahasan bukan terkait islam wasathiyah.

Tabel 2.1 Literature Review

NO	Nama Penulis, Tahun, dan Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Teori	Hasil Studi/Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Ayu Asnani Burhanuddin, Analisis isi pesan dakwah pada media sosial Instagram dalam akun kartun muslimat 2020	Tujuan dalam penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimana pesan dakwah pada media sosial isntagram, dan bagaimana komentar atau respon follower.	Metodelogi dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.	Dalam penelitian ini menggunakan teori agenda setting, dan teori dakwah.	Analisis yang telah dilakukan oleh peneliti menggunakan teori agenda setting dalam menekankan pada hubungan positif antara rating media dan perhatian pemirsa terhadap isu-isu yang dianggap penting oleh media.	Persamaan penelitian terdahulu yang dilakukan Ayu Asnani. Burhanuddin dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pare, terletak pada konsep penelitian yang sama, yaitu menganalisis isi pesan dkwah.
2.	Siti Muthi'ah, Analisis isi pesan dakwah dalam film	Dari penelitian ini memiliki	Metode dalam penelitian ini menggunakan metode	Dari penelitian ini menggunakan teori dakwah,	Dari analisis Penelitian ini bahwa dakwah yang terkandung	Persamaan penelitian terdahulu yang

	perempuan berkalung sorban 2010	tujuan penelitian sebagai berikut, untuk mengetahui apa saja pesan dakwah yang terdapat dalam film perempuan berkalung sorban.	penelitian kuantitatif, yaitu mengutamakan ketepatan dalam mengidentifikasi isi pesan.	serta tinjauan tentang film.	dalam film perempuan berkalung sorban memiliki pesan dakwah akhlak dan aqidah.	dilakukan Ayu Asnani. Burhanuddin dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pare, terletak pada konsep penelitian yang sama, yaitu menganalisis isi pesan dakwah.
3.	PEMANFAATAN CHANNEL YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DAKWAH ISLAM (Studi Pada Akun Youtube Masjid Addu'a Way Halim Bandar Lampung) 2020	Dalam penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut untuk mengetahui manfaat media sosial, sebagai media untuk dakwah,	Dalam penelitian ini Adapun metode penelitian ialah untuk memperoleh data yang dipergunakan untuk mencapai suatu tujuan. Menggunakan metode penelitian kualitatif.	Teori dalam penelitian ini adalah teori persepsi dan motivasi.	Analisis peneliti menunjukkan bahwa di zaman modern seperti sekarang ini, masyarakat semakin akrab dengan maraknya media sosial, dan masing-masing tidak hanya menonton, tetapi juga berinteraksi dengan media sosial berupa	Sedangkan penelitian yang terakhir yang peneliti pilih adalah, penelitian dari Gyta Rastyka Dhela dari Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. konsep yang digunakan pada

		juga untuk mengetahui pesan dakwah dalam akun youtube.			facebook, instagram, whatsapp, youtube, twitter, dll dengan mudah.	penelitian ini juga sama dengan penulis tentang Dakwah. Sementara perbedaannya terletak pada akun dakwah juga pembahasan bukan terkait islam wasathiyah.
--	--	--	--	--	--	--



2.2 Kajian Pustaka

2.2.1 Jenis-jenis Komunikasi

Sebagai makhluk yang bersahabat ada banyak cara untuk berbagi data. Misalnya, dengan menyampaikan secara lisan saat menyampaikan sebuah pertunjukan ke sebuah pertemuan. Selain itu, juga dapat menggunakan korespondensi tertulis saat mencari posisi atau mengirim pesan. Ada empat kelas dasar atau gaya korespondensi: korespondensi verbal, non-verbal, tersusun dan visual.⁸

1. Lisan

Komunikasi verbal adalah pemanfaatan bahasa untuk menyampaikan informasi melalui komunikasi dalam berbicara menggunakan bahasa. Ini mungkin jenis yang paling dikenal, sering digunakan selama perkenalan, konferensi video dan panggilan, pertemuan dan diskusi satu lawan satu. Korespondensi verbal penting karena dianggap mahir.

Oleh karena itu ada beberapa tahap yang dapat diambil untuk mengembangkan kemampuan komunikasi secara verbal:

- a. Gunakan area kekuatan yang serius untuk suara yang berbicara. Terutama saat menyampaikan informasi ke beberapa atau kelompok, pastikan untuk menggunakan area kekuatan utama agar semua orang pasti dapat mendengar Anda. Pastikan saat berbicara sehingga pikiran Anda jelas dan mudah dipahami orang lain.
- b. Memanfaatkan perhatian secara penuh. Sisi berlawanan dari penggunaan Komunikasi verbal dimana mendengarkan orang lain dengan penuh perhatian. Kemampuan perhatian yang tidak terbagi adalah kunci saat dalam situasi pengumpulan, perkenalan, atau dalam acara apapun, saat mengambil bagian dalam diskusi satu lawan satu. Melakukan hal itu akan membantu berkembang sebagai komunikator.⁹

⁸ Cangara Hafied, (2015) *pengantar ilmu komunikasi*, (Raja Grafindo Persada, Depok) Hlm 15

⁹ *Ibid* Hlm 23

- c. Tidak menggunakan kata-kata pengisi. Anda mungkin tergoda, terutama selama berbicara, untuk menggunakan kata-kata pengisi, misalnya, "um", "suka", "begitu" atau "ya". Meskipun mungkin terasa biasa setelah menyelesaikan kalimat atau berhenti untuk mengumpulkan apa yang ada di pikiran Anda, itu juga dapat mengganggu audiens Anda.
- d. Cobalah memperkenalkannya kepada teman atau pasangan yang dipercaya yang bisa mendapatkan pertimbangan saat Anda menggunakan kata-kata pengisi. Cobalah untuk menggantikannya dengan nafas ketika Anda tertarik untuk menggunakannya.¹⁰

2. Nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah Komunikasi yang memanfaatkan bahasa tubuh, sinyal dan tampilan untuk menyampaikan Komunikasi kepada orang lain. Itu cenderung dimanfaatkan baik sengaja atau tidak sengaja. Misalnya, Anda mungkin secara tidak sengaja menyeringai ketika mendengar pikiran atau data yang indah.¹¹

Jika mereka tampaknya, bagaimanapun, menggunakan komunikasi non-verbal "tertutup", misalnya, menyilangkan tangan atau bahu bungkuk, mereka mungkin merasa gelisah, marah, atau khawatir. Jika mereka menunjukkan komunikasi non-verbal "terbuka" dengan kaki mereka di lantai dan tangan mereka di dekat atau di atas meja, mereka pasti akan merasa nyaman dan terbuka terhadap data.¹²

Berikut adalah beberapa tahapan yang dapat Anda laksanakan:

- a. Fokus pada bagaimana perasaan Anda sebenarnya. Sepanjang hari, saat Anda mengalami berbagai perasaan yang emosional (mulai dari terstimulasi, lelah, bahagia, atau kecewa), untuk membedakan di mana Anda merasakan perasaan itu di tubuh Anda. Misalnya, dengan asumsi Anda merasa gelisah, Anda mungkin melihat perut Anda terasa kencang. Menciptakan kesadaran tentang apa

¹⁰ Ibid Hlm 23

¹¹ Solution. (2018) Solution.com. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Komunikasi*.

¹² Ibid hlm 25

arti perasaan Anda bagi tubuh Anda dapat memberi Anda otoritas yang lebih penting atas penampilan luar Anda.

b. Menggunakan komunikasi nonverbal dengan sungguh-sungguh. Cobalah untuk menunjukkan komunikasi non-verbal yang baik ketika Anda merasa siap, terbuka, dan baik tentang elemen lingkungan Anda. Anda juga dapat menggunakan komunikasi non-verbal untuk membantu korespondensi verbal jika Anda memiliki pandangan bingung atau gelisah tentang data, seperti menggunakan pelipis yang berkerut.

c. Melaksanakan komunikasi nonverbal yang Anda anggap berhasil dan efektif. Jika Anda menemukan penampilan tertentu atau komunikasi non-verbal berharga dalam keadaan tertentu, gunakan mereka sebagai pembantu saat mengerjakan korespondensi nonverbal Anda sendiri. Misalnya, dengan asumsi Anda memperhatikan bahwa ketika seseorang menggerakkan kepala mereka, itu memberikan dukungan dan kritik yang baik secara produktif, gunakan itu di pertemuan Anda berikutnya ketika Anda memiliki kecenderungan yang sama.

3. Tersusun

Komunikasi tersusun adalah demonstrasi menyusun, menyusun atau mencetak gambar, misalnya, huruf dan angka untuk meneruskan data. Ini berguna karena memberikan catatan data untuk referensi. Menulis biasanya digunakan untuk berbagi data melalui buku, handout, jurnal online, surat, update dan lain-lain.¹³ Berikut adalah beberapa tahap yang dapat Anda ambil untuk mengembangkan kemampuan relasional Anda yang tersusun:

a. Melakukan secara komunikasi yang dibuat pada dasarnya harus sesederhana dan sejelas yang diharapkan. Meskipun mungkin berguna untuk mengingat banyak detail untuk Komunikasi pendidikan, misalnya, Anda harus mencari daerah di mana Anda dapat menulis sejelas mungkin untuk dipahami oleh orang banyak Anda.

¹³ Ibid Hlm 27

- b. Cobalah untuk tidak bergantung pada nada. Karena Anda tidak memiliki seluk-beluk Komunikasi verbal dan nonverbal, berhati-hatilah saat mencoba menyampaikan nada tertentu saat menulis. Misalnya, mencoba untuk memberikan lelucon, ejekan, atau semangat dapat menguraikan secara khas mengandalkan orang banyak. Semua hal dipertimbangkan, cobalah untuk menjaga komposisi Anda sederhana dan sejelas yang dapat diharapkan dan lingkari kembali ke korespondensi verbal di mana Anda dapat menambahkan karakter yang lebih besar.
- c. Sisihkan beberapa waktu untuk meninjau Komunikasi Anda. Menemukan kesempatan untuk mengulangi email, surat, atau pengingat Anda dapat membantu Anda membedakan kesalahan langkah atau peluang potensial untuk berbicara secara kontras. Untuk korespondensi yang signifikan atau yang akan dikirimkan dari sejumlah besar orang, akan sangat membantu untuk meminta mitra yang dipercaya untuk mensurvei juga.
- d. Menyimpan data yang Anda anggap menarik atau menawan. Jika Anda mendapatkan selebaran, email, atau pembaruan tertentu yang Anda anggap sangat mendukung atau menarik, simpanlah untuk referensi saat menulis korespondensi Anda sendiri. Mengintegrasikan teknik atau gaya yang Anda sukai dapat membantu Anda mengerjakannya setelah beberapa waktu.¹⁴

4. Visual

Komunikasi visual adalah demonstrasi memanfaatkan foto, pengerjaan, gambar, menggambarkan, diagram dan grafik untuk menyampaikan data. Visual dalam banyak kasus digunakan sebagai panduan selama pengenalan untuk memberikan pengaturan yang akomodatif meskipun korespondensi yang tenang dan juga verbal. Karena individu memiliki gaya belajar yang berbeda, korespondensi visual mungkin lebih berguna bagi individu tertentu untuk mengkonsumsi pikiran dan data.¹⁵

Berikut adalah beberapa tahapan yang dapat Anda ambil untuk mengembangkan kemampuan relasional visual Anda:

¹⁴ *Ibid* Hlm 29

¹⁵ *Ibid* Hlm 30

- 
- a. Tanyakan kepada orang lain sebelum memasuki visual. Dengan asumsi bahwa Anda berpikir untuk membagikan panduan visual di acara atau email Anda, pikirkan untuk meminta kritik dari orang lain. Menambahkan visual terkadang dapat membuat ide membingungkan atau tidak jelas. Mendapatkan sudut pandang orang luar dapat membantu Anda menyimpulkan apakah visual meningkatkan nilai korespondensi Anda.
 - b. Pikirkan tentang audiens Anda. Pastikan untuk memasukkan visual yang mudah dipahami audiens Anda. Misalnya, jika Anda menunjukkan garis besar dengan informasi yang tidak jelas, pastikan untuk meluangkan waktu dan memahami apa yang terjadi dalam visual dan bagaimana hubungannya dengan apa yang Anda bicarakan. Anda tidak boleh menggunakan visual yang sensitif, bermusuhan, ganas, atau realistis dalam bentuk apa pun.
 - c. Untuk lebih mengembangkan kemampuan relasional Anda, kemukakan tujuan pribadi untuk menyelesaikan hal-hal yang perlu Anda capai sedikit demi sedikit. Mungkin berguna untuk berbicara dengan mitra, sutradara, atau pemandu yang dipercaya untuk membedakan wilayah mana yang harus diincar terlebih dahulu.¹⁶

2.2.2 Ciri-ciri Komunikasi

Everett M Rogers dan Lawrence Kincaid Everett M Rogers dan Lawrence Kincaid dalam buku *Communication Network: Toward a New Paradigm for Research* (1981) menyatakan bahwa komunikasi adalah siklus di mana setidaknya dua individu menyusun atau suatu proses komunikasi antara satu sama lain, yang dengan demikian terjadi umum. pemahaman yang mendalam.¹⁷

¹⁶ Rachmawati Hida, (2021) *komunikasi merek di media sosial & penerapannya pada tv berita*, (Group Penerbit CV Budi Utama, Yogyakarta) Hlm 22

¹⁷ Cangara Hafied, (2015) *pengantar ilmu komunikasi*, (Raja Grafindo Persada, Depok) Hlm 22

Shannon dan Weaver C. Shannon dan W. Weaver dalam buku *The Mathematical Theory of Communication* (1949), komunikasi adalah jenis kerjasama manusia yang saling mempengaruhi secara sengaja dan tidak terduga.¹⁸

Bernard Berelson dan Gary A. Steiner Bernard Berelson dan Gary A. Steiner dalam buku *Human Behaviour: An Inventory of Scientific Finding* (1964) mengungkapkan bahwa komunikasi adalah suatu rangkaian komunikasi data, pikiran, perasaan, kemampuan, dan lain-lain dengan menggunakan kata-kata, angka, gambar, gambar, dll. Carl I. Holland Carl I. Holland dalam bukunya *Social Communication* (1948) menyatakan bahwa surat menyurat adalah suatu siklus dimana orang mengirimkan perbaikan untuk mengubah cara berperilaku orang lain.¹⁹

2.2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi

Saat melaksanakan komunikasi, ada banyak variabel yang mempengaruhi jalannya siklus komunikasi itu sendiri. Baik unsur dalam maupun faktor luar komunikator. Variabel-variabel ini akan mempengaruhi apakah komunikasi itu berhasil atau tidak. Berikut adalah faktor-faktor yang akan mempengaruhi komunikasi Seperti yang ditunjukkan oleh Scott M Cutlip:

1. Validitas. Validitas berhubungan dengan kepercayaan dalam hubungan antara komunikator dan komunikan. Komunikator perlu memiliki kepercayaan menurut komunikan, misalnya sejauh tingkat penguasaannya di lapangan mengkhawatirkan pesan/data yang disampaikan.
2. Pengaturan. Setting berhubungan dengan keadaan dan kondisi dimana komunikasi terjadi. Setting di sini terdiri dari perspektif aktual (lingkungan, iklim); Sudut pandang psikologis; sudut sosial; dan bagian waktu. Agar korespondensi berfungsi dengan baik, komunikator harus fokus pada keadaan dan kondisi di mana komunikan ditemukan.

¹⁸ Fisipol. (2020). 4 Jenis Komunikasi

¹⁹ *Ibid*, Hlm 24

3. Konten Isi berhubungan dengan substansi pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan. Substansi pesan/data diubah sesuai²⁰ dengan kebutuhan komunikan, misalnya pesan/data tentang kesejahteraan janin diberikan kepada ibu, bukan kepada remaja. Korespondensi yang layak akan terlaksana dengan asumsi substansi yang disampaikan komunikator mengandung data/pesan yang penting/penting untuk diketahui oleh komunikan.
4. Kejelasan. Kejelasan (clearness) pesan/data yang disampaikan oleh komunikator sangat penting. Menjauhi korespondensi dengan asumsi yang keliru dalam menangkap butir-butir pesan/data yang disampaikan oleh komunikator. Kejelasan disini mencakup kejernihan isi pesan, kejernihan tujuan yang ingin dicapai, kejelasan kata-kata (verbal) yang digunakan, dan kejernihan komunikasi non-verbal (non-verbal) yang digunakan.
5. Koherensi dan Konsistensi. Kemajuan dan konsistensi pesan/data yang disampaikan adalah dasar untuk komunikasi yang bermanfaat. Pesan harus disampaikan tanpa henti dan andal. Pesan yang disampaikan sebelumnya dan pesan yang mengikutinya tidak bergumul satu sama lain. Misalnya, data tentang 'dua anak sudah cukup' program keluarga berencana dari otoritas publik harus dikomunikasikan terus-menerus melalui media yang berbeda, dengan tujuan agar pesan terinstal dan dapat mempengaruhi cara berperilaku individu.
6. Kapasitas komunikan. Kapasitas komunikan (capacity of crowd) berkaitan dengan tingkat informasi, dan kapasitas penerima pesan untuk memahami pesan yang disampaikan. Komunikator harus fokus pada kerumunan mereka, menggunakan bahasa (baik verbal maupun nonverbal) yang cocok dan dipahami oleh orang banyak.
7. Saluran Penyampaian. Saluran distribusi (channels of conveyance) dihubungkan dengan sarana/media untuk menyampaikan pesan. Kami menyarankan agar komunikator menggunakan media yang pas dan ditunjuk.

²⁰ *Ibid* Hlm 186

Misalnya dengan memanfaatkan media yang sudah umum digunakan oleh komunikan. Dengan begitu komunikan tidak bingung dan korespondensi dapat berjalan dengan baik.²¹

2.3 Teori analisis isi

Analisis isi adalah penelitian yang merupakan pembicaraan atas ke bawah dari substansi data yang disusun atau dicetak dalam komunikasi yang luas. Pelopor investigasi konten adalah Harold D. Lasswell, yang memelopori prosedur pengkodean gambar, yaitu merekam gambar atau pesan, kemudian, pada saat itu, memberi mereka pemahaman secara efisien. Investigasi konten dapat digunakan untuk memeriksa semua jenis korespondensi, baik itu surat kabar, berita radio, iklan TV, dan bahan dokumentasi lainnya.

Beberapa pengertian pemeriksaan isi bergantung pada penilaian beberapa ahli:

- a. Krippendorff berpendapat bahwa pemeriksaan isi adalah metode eksplorasi untuk membuat keturunan yang dapat diulang, "ditiru" dan memiliki informasi yang sah dengan mempertimbangkan situasi yang unik.
- b. Weber berpendapat bahwa pemeriksaan isi adalah strategi eksplorasi yang menggunakan banyak metode untuk membuat derivasi substansial dari teks.
- c. Riffe, Lacy dan Fico berpendapat bahwa investigasi konten adalah percobaan metodis dan dapat direplikasi dari gambar korespondensi, di mana gambar-gambar ini diturunkan kualitas matematika berdasarkan estimasi dan pengujian substansial menggunakan strategi faktual untuk menggambarkan korespondensi, mencapai penentuan dan memberikan pengaturan, baik kreasi serta pemanfaatan²²

²¹ *Ibid*, Hlm 186

²² Krippendorff Klaus, (1991) *analaisis isi pengantar dan teori*, (Rajawali Pers, Jakarta) Hlm 15

2.3.1 Gambaran Analisis Isi

Secara konseptual analisis isi mempunyai pendekatan sendiri dalam menganalisis data, secara umum pendekatan ini berasal dari cara memandang objek analisisnya. Analisis isi merupakan sebuah teknik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru dan benar, data yang ditampilkan memerhatikan konteksnya.

Dalam pengilustrasian bagaimana definisi ini diterapkan ke dalam situasi-situasi praktis, seperti analisis siaran dan radio musuh selama perang berkecambuk ingin mengukur dukungan penduduk terhadap kebijakan-kebijakan penguasa. Dalam situasi damai problem semacam itu dapat dipecahkan secara langsung melalui survei pendapat umum, atau inspeksi langsung selama perang informasi semacam itu cenderung tidak dapat diperoleh dan analisis terpaksa memperolehnya secara tidak langsung.

Komunikasi massa, tentu saja merupakan ranah tradisional analisis isi, para peneliti komunikasi cenderung tertarik kepada karakteristik pada komunikator, pengaruh audiens, perhatian publik, iklim sosial dan politik, proses penyesuaian berbagai nilai, prasangka, perbedaan kultural, kendala pada institusional. Walaupun konteks komunikasi massa dengan jelas disyaratkan ketika analisis isi berkenaan dengan persepsi audiens, namun konteks itu kurang jelas ketika para peneliti mengklaim hanya mendeskripsikan isi komunikasi tersebut.²³

Definisi tentang analisis isi menggambarkan obyek penelitian dan menempatkan penelitian ke dalam posisi khusus yang berhadapan langsung dengan realitasnya, Krippendorff menjelaskan bahwa sebuah kerangka kerja analisis isi secara konseptual dimana dalam perannya dapat menggambarkan, kerangka kerja yang bersifat sederhana dan umum, dan hanya menggunakan beberapa konsep dasar saja seperti :

- A. Data sebagaimana yang dikomunikasikan kepada analisis
- B. Konteks data
- C. Bagaimana pengetahuan analisis membatasi realitasnya

²³ *Ibid*, Hlm 18

- D. Target analisis isi
- E. Inferensi sebagai tugas intelektual yang mendasar
- F. Kebenaran sebagai kriteria akhir keberhasilan²⁴

Kerangka kerja ini dimaksudkan untuk membantu tercapainya tiga tujuan adalah preskriptif, analitis, dan metodologis. Tujuan dari preskriptif adalah membimbing konseptualisasi dan disain analisis isi yang praktis untuk suatu keadaan yang sudah ditentukan. Analitis yang dimaksud disini ialah membantu penguji kritis terhadap hasil yang diperoleh orang lain. Metodologis yang dimaksud disini ialah harus mengarah kepada perkembangan dan perbaikan sistematis metode analisis isi.

Konsep analisis isi dalam pesan pada media adalah kebutuhan untuk berkomunikasi, nama lainnya *Sender, Communicator, speaker, encoder*, atau *originator*. Merupakan pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi, bisa saja berupa individu, kelompok, organisasi perusahaan, bahkan negara, yang terpenting dalam ilmu komunikasi ialah bagaimana caranya agar suatu pesan yang disampaikan komunikator dapat menimbulkan dampak atau efek tertentu pada komunikan.²⁵

Dalam analisis isi jenis pembuktian yang diperlukan untuk mengkaji kebenaran hasilnya haruslah spesifikasi sehingga jelas, agar uji kebenaran dapat dipahami. Analisis isi adalah pembuktian langsung tentang gejala yang menjadi perhatian itu tidak tampak dan harus diinferensikan, paling tidak kriteria untuk sebuah validasi fakta terhadap hasil haruslah jelas sehingga inferensi tersebut sangatlah jelas. Sebagaimana seseorang dapat memahami hanya apabila keberhasilan dan kegagalan dapat dibedakan, maka metodologi analisis isi dapat maju hanya dengan upaya validasi hasil-hasil secara sistematis.²⁶

Setiap teknik penelitian mempunyai ranah empirisnya sendiri, dapat disalahgunakan dan diterapkan pada gejala yang sebenarnya, dapat dianalisis

²⁴ *Ibid*, Hlm 23

²⁵ Wulansari Defita, *Media Massa dan Komunikasi*, Penerbit Mutiara Aksara, Hlm 8

²⁶ *Ibid*, Hlm 25

dengan metode lain secara lebih efisien. Agar analisis dapat digunakan secara maksimal, dengan membedakan ranah empirisnya teknik penelitian sosial yang lain. Analisis isi menerima bahan yang tidak terstruktur tentu saja ada keuntungan yang besar apabila situasinya distrukturisasikan, sehingga data yang muncul dalam bentuk yang dapat di analisis. Analisis isi memiliki kedudukan yang penting diantara metodologi penelitian ia mampu menerima komunikasi simbolik yang relatif tidak terstruktur sebagai data dan menganalisis data yang tak teramati melalui medium data yang berkaitan dengan gejala tersebut tanpa menghiraukan Bahasa yang digunakan, karena Sebagian besar proses sosial ditransaksikan melalui simbol-simbol, maka analisis isi yang paling banyak diterapkan di dalam ilmu sosial dan ilmu humanitas seperti :

- Analisis isi pragmatis prosedur mengklasifikasikan tanda menurut sebab atau akibatnya yang mungkin, misalkan penghitungan berapa kali suatu kata di ucapkan, yang dapat mengakibatkan munculnya sikap suka terhadap audiens tertentu.
- Analisis isi semantik prosedur yang mengklasifikasikan tanda menurut maknanya seperti perhitungan berapa kali negara jerman dijadikan referensi, tidak jadi masalah kata apa yang digunakan untuk menunjukan referensi itu.
- Analisis sarana tanda disini prosedurnya adalah mengklasifikasikan isi menurut sifat psiko-fisik dari tanda seperti penghitungan berapa kali kata negara jerman muncul.²⁷

2.4 Analisis Wacana

Analisis wacana adalah investigasi isi yang lebih subjektif dan dapat menjadi pilihan untuk melengkapi dan menutupi kekurangan investigasi substansi kuantitatif yang telah umum digunakan oleh para ilmuwan. Jika dalam pemeriksaan kuantitatif, ini lebih ditekankan untuk menjawab “apa” (what) dari suatu pesan atau pesan korespondensi, dalam pemeriksaan bicara lebih dipusatkan pada memeriksa

²⁷ Ibid, Hlm 28

“bagaimana” (how), lebih spesifik bagaimana substansi pesan berita dan lebih jauh lagi cara penyampaian pesan.²⁸

Beberapa perbedaan mendasar antara pemeriksaan bicara dan pemeriksaan substansi kuantitatif adalah sebagai berikut. Pemeriksaan bicara lebih bersifat subjektif daripada yang biasanya diselesaikan dalam pemeriksaan substansi kuantitatif karena penyelidikan bicara lebih menekankan pentingnya teks daripada penjumlahan unit absolut, seperti dalam pemeriksaan puas. Pemeriksaan substansi kuantitatif digunakan untuk menganalisis substansi pesan korespondensi yang manifes (asli), sedangkan investigasi pembicaraan berpusat pada pesan yang tidak aktif (stowed away). Pemeriksaan substansi kuantitatif dapat mempertimbangkan “apa yang keluar” (whatever), namun tidak dapat meneliti bagaimana ia berkata (how). Penyelidikan bicara tidak mengklaim untuk membuat spekulasi, sedangkan pemeriksaan substansi kuantitatif dikoordinasikan untuk membuat spekulasi..

A. Kelebihan analisis wacana

Pemeriksaan Wacana Investigasi wacana hanya berusaha untuk menerapkan substansi teks dan jika penting dan keadaan atau sejarah yang unik dari subjek/masalah yang terkandung dalam teks, dengan cara ini konsekuensi dari penelitian pemeriksaan bicara adalah ideografik.²⁹

Objektivitas dari konsekuensi penelitian pemeriksaan bicara terletak pada konsistensi ilmuwan dalam menerapkan metodologi hipotesis, pandangan dunia penelitian dan jenis eksplorasi serta teknik pemeriksaan bicara. Selama dia benar-benar mengacu pada alat pemeriksaan untuk menjawab masalah dan menunjukkan alasan untuk eksplorasi, maka, pada saat itu, konsekuensi dari eksplorasinya dapat dianggap tidak memihak.³⁰

B. Kekurangan Analisis Wacana

- a. Sebagai strategi yang digunakan dalam mengeksplorasi isu-isu sosial, berbicara juga memiliki beberapa kekurangan, antara lain.

²⁸ Badara Aris, (2012) *analisis wacana teori, metode, dan penerapannya pada wacana media*, (kencana) Hlm 30

²⁹ *Ibid*, Bab 2, Hlm 13

³⁰ *Ibid*, Bab 2, Hlm 14

- b. Saat membedah pembicaraan, sangat penting untuk memiliki pengetahuan dan kemampuan yang tinggi untuk memahami rencana pembicaraan
- c. . Dalam mengartikan sebuah pembicaraan, kita dihadapkan pada persoalan etimologis, namun juga persoalan sosial, sehingga dalam memahaminya kita mengalami sedikit kesulitan.
 - a. Kepentingan ini semakin dikacaukan karena sebagai ciri dari teknik eksplorasi sosial dengan metodologi subjektif, ujian bicara ini juga menggunakan pandangan dunia ujian.
 - b. Dalam penelitian dengan ujian bicara, kita biasanya akan lebih berhati-hati dan sangat berhati-hati dalam memusatkan perhatian pada setiap sudut pandang terkecil
 - c. Ujian bicara tidak memberikan tanggapan yang berwibawa, namun akan menciptakan pengalaman atau informasi sehubungan dengan diskusi dan pertengkaran yang berkelanjutan.³¹

Wacana adalah komunikasi kebahasaan yang terlibat sebagai sebuah pertukaran di antara pembicara dan pendengar, sebagai sebuah aktifitas personal dimana bentuknya ditentukan oleh tujuan sosialnya (Hawtan, 1992).³²

2.5 Komunikasi media sosial

1. Menurut Mark Hopkins

Hiburan virtual adalah istilah yang tidak hanya menggabungkan tahapan yang berbeda untuk media baru dan juga mencakup pertimbangan kerangka kerja seperti Facebook, friendfeed dan lainnya, yang pada umumnya dianggap sebagai organisasi informal. Signifikansinya adalah bahwa berbagai tahapan media memiliki korespondensi publik dan merupakan bagian media sosial.

2. Menurut PN Howard dan MR Parks

Hiburan berbasis web adalah media yang terdiri dari tiga bagian: kerangka data dan perangkat untuk membuat dan menyebarkan konten media. Konten media dapat berupa berita, pemikiran, pesan individu, dan item sosial dalam struktur

³¹ *Ibid*, Hlm 30

³² *Ibid*, Hlm 16

lanjutan dan yang menghasilkan konten media sebagai web yang dikonsumsi oleh orang, asosiasi, dan perusahaan.

3. Menurut Michael Cross

Hiburan online adalah istilah yang menggambarkan berbagai kemajuan yang digunakan untuk menarik individu dalam kerja sama, perdagangan data, dan berkomunikasi melalui konten berita elektronik. Ketika Internet terus berkembang, ruang lingkup kemajuan dan kemampuan yang dapat diakses oleh klien terus berkembang. Hal ini menjadikan hiburan online sebagai hipernim alih-alih referensi tertentu untuk tujuan atau rencana yang berbeda.³³

2.5.1 Komunikasi Massa

Komunikasi massa menurut Gebner secara lebih terperinci yaitu komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi Lembaga dari arus pesan yang berkelanjutan serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat Indonesia. Dari definisi Gebner tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk sebuah pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebarkan, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus-menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya, harian, mingguan, atau bulanan. Proses memproduksi pesan tidak lagi dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus Lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri.³⁴

2.5.2 Ciri-ciri Komunikasi Massa :

Ciri komunikasi massa merupakan komunikasi yang khas menggunakan media massa, baik media audio visual maupun media cetak. Komunikasi massa selalu melibatkan Lembaga dan komunikatornya yang bergerak dalam organisasi yang kompleks, Adapun beberapa ciri-ciri komunikasi massa sebagai berikut :³⁵

³³ Susanti Santi dan Agustina Herlina, (2019) *komunikasi, budaya, & media dalam jaringan*, (Bitread Publishing) Hlm 119

³⁴ Romli Khomsahrial, (2016) *komunikasi massa*, (Gramedia Widiasarana Indonesia) Hlm 2

³⁵ Silmi. (2021). Kompas.com. *Komunikasi: Pengertian Para Ahli, Fungsi, Tujuan, dan Jenis-Jenisnya*.

A. Pesan bersifat umum

Komunikasi massa bersifat terbuka artinya komunikasi massa ditujukan untuk semua orang dan tidak ditujukan untuk sekelompok orang tertentu. Karena itu komunikasi massa bersifat umum, pesan komunikasi massa bisa berupa fakta, peristiwa, opini. Namun tidak semua fakta peristiwa yang terjadi disekeliling kita dapat dimuat media massa. Pesan komunikasi massa yang dikemas dalam bentuk apapun harus memenuhi kriteria penting atau kriteria menarik.³⁶

B. Komunikannya anonim dan heterogen

Pada komunikasi antarpersonal, komunikator akan mengenal komunikannya dan mengetahui identitasnya. Sedangkan dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan atau bisa dikatakan anonim, karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka secara langsung. Komunikan pada komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda, yang dapat dikelompokkan berdasarkan faktor usia, faktor jenis kelamin, Pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya, agama, dan tingkat ekonomi.

C. Media massa menimbulkan keserempakan

Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, adalah jumlah sasaran khalayak atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas, bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama.

D. Komunikasi lebih mengutamakan isi dari pada hubungan

Salah satu prinsip komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan. Dimensi isi menunjukkan muatan atau isi komunikasi, yaitu apa yang dikatakan dan apa yang dilakukan, sedangkan dimensi hubungan menunjukkan

³⁶ *Ibid*, Hlm 5

bagaimana cara mengatakannya, yang juga mengisyaratkan bagaimana hubungan para peserta komunikasi itu sementara, sebagai proporsi unsur isi dan unsur hubungan.³⁷

E. Komunikasi massa yang bersifat satu arah

Selain ada ciri yang merupakan keunggulan komunikasi massa, ada juga ciri komunikasi massa yang merupakan kelemahannya. Karena komunikasi melalui media massa, yang bersifat satu arah, maka komunikator dan komunikasinya tidak dapat melakukan kontak secara langsung.

F. Stimulasi alat indran yang terbatas

Ciri komunikasi massa lainnya yang dapat dianggap salah satu kelemahannya, adalah stimulasi alat indra yang terbatas. Dalam komunikasi massa, stimulasi alat indra bergantung kepada jenis media massa. Pada surat kabar dan majalah pembacanya hanya melihat, pada radio siaran dan rekaman auditif audience hanya mendengar, sedangkan pada media televisi dan film audience menggunakan indera penglihatan dan pendengar.

G. Umpan balik tertunda dan tidak langsung

Dalam dunia komunikasi komponen umpan balik atau yang lebih populer disebut dengan feedback merupakan faktor yang penting dalam proses komunikasi. Begitu juga dengan komunikasi seringkali dibutuhkan guna mendapatkan feedback yang disampaikan komunikasinya. Umpan balik sebagai respon mempunyai volume yang tidak terbatas artinya, komunikator komunikasi massa tidak dapat dengan segera mengetahui reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya. Tanggapan khalayak bisa diterima lewat telepon, e-mail, facebook. Dengan demikian proses penyampaian feedback komunikasi massa bersifat indirect.

³⁷ Ibrahim Subandy Idi, (2014) *Komunikasi dan Komodifikasi*, (Yayasan Pustaka Obor Indonesia) Hlm 5

Sedangkan waktu yang dibutuhkan untuk menggunakan telepon, e-mail, facebook, dan sebagainya menunjukkan bahwa feedback dalam komunikasi massa bersifat tertunda.³⁸

2.6 Wasathiyah

Pengertian Wasathiyah tidak jarang banyak orang yang mengartikan bahwa wasathiyah ialah sesuatu yang mengantarkan pelakunya melakukan aktivitas yang tidak menyimpang dari ketetapan yang digariskan atau aturan yang telah disepakati sebelumnya, dengan kata lain biasa diperhadapkan dengan ekstremisme dan radikalisme.³⁹

Wasath sesuatu apa yang terdapat di antara kedua ujungnya yang dimaksud bagian darinya, juga berarti pertengahan dari segala sesuatu itu antara baik dan buruk, kata ini juga berarti apa yang dikandung oleh kedua sisinya walaupun tidak sama, kata wasath juga berarti adil dan baik. salah satu yang dapat disimpulkan dari uraian pakar Bahasa adalah sesuatu yang bersifat wasath haruslah yang tidak terlepas dari kedua sisinya. Karena itu kata ini dinisbahkan pada sesuatu, ketika anda berkata “saya sedang duduk di tengah ruangan” maka itu menunjukkan ke suatu ruangan saja, bukan dua sekaligus mengisyaratkan dengan keberadaan anda di tengah bahwa ada dua sisi di mana anda berada di antara keduanya.⁴⁰

Dalam hal memahami hakikat wasathiyah dalam berbagai bidang dan aspek, penganjur dan pelaku wasathiyah dituntut untuk memperhatikan apa yang di kemukakan oleh pakar Bahasa yakni adanya hubungan Tarik-menarik antara yang ditengah dan kedua ujungnya. Dan tentu saja, itu bukan sekedar menuntut kesabaran dan keuletan dalam menghadapi, melainkan juga membutuhkan pengetahuan dan pemahaman yang memadai, sehingga tidak terseret oleh satu ujungnya agar dari kedua ujung itu dapat ditarik apa yang dibutuhkan untuk mencapai keadilan dan kebaikan yang merupakan syarat mutlak untuk melahirkan hakikat wasathiyah.⁴¹

³⁸ *Ibid*, Hlm 13

³⁹ Shihab Quraish .M, (2019) *wawasan islam tentang moderasi beragama*, (Lentera Hati) Hlm 18

⁴⁰ Putri. (2020). Unupurwokerto.id. *Pengertian Dan Metode Berpikir Ahlussunnah Wal Jama'ah*

⁴¹ *Ibid*, Hlm 22

Lanjut lebih dalam Ath-Thabari berpendapat bahwa dari segi penakwilan ayat, kata wasath berarti adil karena itulah yang dimaksud dengan kata baik, sebab manusia yang baik adalah yang adil atau dapat dipercaya.

Langkah-langkah dalam wasathiyah :

- a. Pemahaman yang benar terhadap konteks terperinci Al-Quran dan sunnah dengan memperhatikan tujuan kehadiran agama kemudian upaya persuaian penerapan antara ajaran islam yang pasti lagi tidak berubah dengan perkembangan zaman dan masyarakat yang terus berubah-ubah.
- b. Kerja sama dengan semua kalangan umat muslim dalam hal-hal yang disepakati dan bertoleransi dalam perbedaan serta menghipun antara kesetiaan terhadap sesama mukmin, dengan toleransi terhadap non-muslim.
- c. Menghimpun dan mempertemukan ilmu dengan iman demikian juga kreativitas material dan keluhuran spiritual, serta kekuatan ekonomi dan kekuatan moral.
- d. Penekanan pada prinsip dan nilai-nilai kemanusiaan dan sosial seperti keadilan, kebebasan bertanggung jawab, dan hak-hak asasi manusia.
- e. Mengajak kepada pembaruan sesuai dengan tuntunan agama serta menuntut dari para ahlinya untuk melakukan ijtihad pada tempatnya.
- f. Memberikan perhatian yang lebih dalam membina persatuan dan kesatuan bukan perbedaan dan perselisihan serta pendekatan bukan penjarahan, sambil menampilkan kemudahan dalam fatwa yang dirumuskan serta mengedepankan berita gembira dalam berdakwah.
- g. Memanfaatkan sebaik-baiknya semua peninggalan dan pemikiran lama, diantaranya logika para teolog muslim, kerohanian para sufi, keteleladanan para pendahulu, serta ketelitian para pakar hukum islam.⁴²

⁴² *Ibid*, Hlm 24

2.7 Media Informasi

Oleh karena itu pentingnya media informasi sampai saat ini, hal ini disebabkan melalui media informasi orang dapat mengetahui informasi dan dapat bertukar pikiran dan berhubungan satu sama lain. Kata media merupakan bentuk jamak dari kata medium. Medium dapat dicirikan sebagai perantara atau prolog peristiwa korespondensi dari pengirim ke pengumpul (Heinich et.al., 2002; Ibrahim, 1997; Ibrahim et.al., 2001). Media merupakan salah satu pembawa pesan kepada komunikan (Criticos, 1996). Sedangkan pengertian informasi sebagai aturan umum, data akan menjadi informasi yang telah ditangani ke dalam struktur lain yang lebih berharga, khususnya informasi atau data yang direncanakan bagi penerima manfaat dalam pengambilan keputusan, baik sekarang maupun nanti (Gordon B. Davis 1990; 11)⁴³.

Jadi ide media informasi dapat ditutup sebagai alat untuk mengumpulkan dan mengolah informasi sehingga menjadi bahan yang berharga bagi penerima informasi, sedangkan Sobur (2006) mengartikan bahwa media informasi adalah "perangkat realistik, visual atau elektronik untuk menangkap, menangani, dan menggabungkan data visual kembali". Kemampuan Media Informasi adalah membantu atau merefresh data yang dibutuhkan oleh daerah.

Macam-Macam Media Informasi, Media informasi sebagai instrumen yang menyalurkan informasi harus tepat sasaran sehingga cenderung dapat disalurkan secara tepat kepada kelompok kepentingan yang ideal sehingga sangat bermanfaat bagi produsen dan penerima data, media data dapat diisolasi menjadi sebuah beberapa pertemuan, khususnya.

Media Top Line Merupakan media yang tidak langsung menghubungi kelompok kepentingan dan jumlahnya dibatasi namun jangkauan tujuannya luas, seperti pengumuman, iklan TV, iklan radio, dan lain-lain.

Media Perhatian Utama Sebuah media promosi yang tidak disampaikan atau dikomunikasikan melalui komunikasi yang luas dan tujuannya hanya menjangkau

⁴³ (Heinich et.al., 2002; Ibrahim, 1997; Ibrahim et.al., 2001).

Media merupakan salah satu pembawa pesan kepada komunikan (Criticos, 1996).
(Gordon B. Davis 1990; 11)

sorotan pada satu titik atau wilayah, seperti leaflet. Banner, Flyer, Sign System dan lain-lain.⁴⁴

2.8 Televisi Nahdlatul Ulama

TV Nahdlatul Ulama (NU) resmi berdiri pada tahun 2016 dengan nama 164 Channel di bawah naungan Lembaga Ta'lim wan Nasir Nahdlatul Ulama (LTN-PBNU). Bersamaan dengan pergantian peristiwa hari lahir NU, 164 saluran berganti nama menjadi Televisi Nahdlatul Ulama. Ketua Umum PBNU Prof DR KH Said Aqil Siroj menyatakan pergantian nama pada puncak peringatan Hari Ulang Tahun (Harlah) ke-98 Nahdlatul Ulama di Masjid Istiqlal, Sabtu 27 Februari 2021.

Sebagai media informasi NU sejatinya, TVNU menghadirkan konten dalam sampul dari dunia lain untuk membuat umat manusia sadar akan toleransi. TVNU memberikan seluk-beluk data yang luar biasa tentang kemanusiaan, keduniawian, dan rahmatan lil alamin. Televisi Nahdlatul Ulama juga dipercaya dapat memberikan manfaat bagi setiap insan Indonesia dan menjadi bagian dari komitmen NU untuk Indonesia. Sebagai organisasi Islam terbesar di Indonesia, dan sudah seharusnya TVNU tidak hanya memberikan keuntungan bagi Nahdliyin atau pengikut NU, lebih dari itu, TVNU harus memiliki pilihan untuk bertindak sebagai inisiator untuk menyatukan negara sesuai dengan keyakinannya yang sudah dianut oleh masyarakat Indonesia.

Dalam menjalankan setiap tugasnya, TVNU tidak terlepas dari latihan santri dan sekolah yang memberikan pengalaman hidup Islami. Televisi Nahdlatul Ulama memberikan berbagai latihan untuk siswa yang berhubungan dengan pengalaman dan kemampuan khusus di luar informasi yang ketat, misalnya, pendidikan lanjutan yang mempersiapkan siswa, siswa dan siswi, persiapan liputan video, pelatihan pengeditan video, pelatihan tentang pemanfaatan yang solid dari hiburan berbasis web, dll.

⁴⁴ Romli Khomsahrial, (2016) *komunikasi massa*, (Gramedia Widisarana Indonesia) Hlm131

Visi

Menjadi Media Dakwah Menyebarkan Rahmat Ke Semesta.

Misi

- a. Memberikan berbagai rencana program yang bertujuan untuk melahirkan manusia dan masyarakat yang manusiawi
- b. Menumbuhkan inovasi yang dilindungi Ulama dan karakteristik sosial masyarakat Nahdliyin.
- c. Menjadi panggung khas kelompok masyarakat Nahdlatul Ulama.⁴⁵

2.9 Pesan Komunikasi Media di Indonesia

Indonesia sendiri dalam rentang waktu penjajahan, komunikasi digunakan oleh otoritas publik untuk pengumuman dalam menyuarkan kebebasan Indonesia kepada penjajah, sehingga kehadirannya dipandang sebagai bahaya bagi imperialisme Belanda. Hal ini membuat Belanda mengeluarkan peraturan untuk membatasi perkembangan komunikasi luas, yang dikenal sebagai komunikasi luas Breidel Ordonantie 1931. Sekitar saat itu, kehadiran komunikasi luas sangat dikecam dan tidak mengalami perubahan besar bahkan sampai otonomi Indonesia. Meskipun pada tahun 1954 komunikasi luas yang melarang Ordonantie dibatalkan, ini adalah pertama kalinya pelarangan koran terjadi di seluruh keberadaan komunikasi luas Indonesia (Suadi, 2003 cit Adhiyasasti dan Riyanto, 2006).⁴⁶

Dalam periode demokrasi terpimpin, keberadaan surat kabar tetap berada di bawah ketegangan karena mereka perlu menandatangani 19 pedoman, termasuk pengaturan untuk membantu dan melindungi Manipuri, menjalankan negara dan mendukung inisiatif yang didukung pembayar pajak. Meskipun demikian, terlepas dari mengikuti pedoman saat ini, boikot kertas benar-benar berlaku. Koran-koran

⁴⁵ Tv.nu.or.id

⁴⁶ Susanti Santi dan Agustina Herlina, (2019) *komunikasi, budaya, & media dalam jaringan*, (Bitread Publishing) Hlm 8

yang dibuat sekitar waktu itu bersifat sosialis (dikutip dari Anwar, 2001, Adhiyasasti dan Riyanto, 2006).⁴⁷

Kemudian muncullah pemerintahan Orde Baru yang menganut tirani. Kerangka komunikasi luas Indonesia juga telah berkembang sesuai dengan pandangan umum bahwa komunikasi luas melayani otoritas publik dan hanya transmisi berita yang menjunjung tinggi pengaturan pemerintah. Terlepas dari kenyataan bahwa otoritas publik memaksakan persetujuan ekstrim pada pelanggaran, kehadiran komunikasi luas di sekitar saat itu terus bekerja. Boikot hanya berlaku untuk komunikasi luas yang eksplisit. Namun, setelah beberapa waktu, komunikasi yang luas itu menjadi semakin mendasar, sehingga otoritas publik mulai memaksakan otorisasi yang semakin ekstrim, berakhir dengan terjadinya Malari pada tahun 1974 (dirujuk dalam Abar, 1995; Adhiyasasti dan Riyanto, 2006).).⁴⁸

Setelah sistem Orde Baru selesai, otoritas publik mulai mengkaji kembali pedoman tentang keberadaan komunikasi luas di Indonesia. Dengan demikian, UU Media Massa no. 40 Tahun 1999 dan UU Penyiaran no. 32 Tahun 2002 kemudian diperintahkan untuk menjamin kesempatan dan otonomi komunikasi yang luas. Sebagaimana ditunjukkan oleh pengaturan Pasal 33 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999, kemampuan komunikasi luas adalah sebagai wahana data, instruksi, pengalihan, dan kontrol sosial. Kemudian lagi, Pasal 6 Undang-Undang Media Massa No. 40 Tahun 1999 menetapkan bahwa komunikasi publik yang luas harus:⁴⁹

Dalam mengajak masyarakat di jalur yang benar untuk menyadari dan memelihara sisi-sisi fundamental dari sistem aturan mayoritas. Dalam memberdayakan pengakuan hukum dan ketertiban dan kebebasan bersama, serta tentang keragaman. Dalam menciptakan penilaian populer berdasarkan data yang tepat, tepat dan asli. Dalam melakukan pengelolaan, analisis, perbaikan, dan ide-ide tentang isu-isu yang berhubungan dengan kepentingan publik.

Dalam memperjuangkan kesetaraan dan kebenaran.⁵⁰

⁴⁷ Kriyantono Rachmat, (2013) *potret media massa di Indonesia*, (Perpustakaan Nasional Katalog dalam terbitan) bagian 3 penyiaran

⁴⁸ (dirujuk dalam Abar, 1995; Adhiyasasti dan Riyanto, 2006).).

⁴⁹ Wiguna. (2021). Berpendidikan.com. *Pengertian Media Sosial Menurut Para Ahli*.

⁵⁰ Romli Khomsahrial, (2016) *komunikasi massa*, (Gramedia Widiasarana Indonesia) Hlm 123

Dengan tatanan Undang-Undang Media Massa, kemajuan industri komunikasi secara luas di Indonesia semakin maju, dan dapat diterapkan setiap penduduk untuk menawarkan sudut pandang, termasuk fondasi organisasi komunikasi yang luas. Sepanjang seluruh keberadaan pergantian peristiwanya, tercatat berbagai media cetak melakukan lompatan ke depan pada tahun 1998, awal dari perubahan. Siapa pun dapat tanpa banyak kesulitan memulai makalah lain, artikel sensasional, dan majalah. Terkait isu tersebut, Leo Batubara, VP Dewan Media Massa, mengungkapkan hingga pertengahan 2009, ada sekitar 1.008 media cetak, 150 media TV lainnya, dan 2.000 media radio di Indonesia. Media cetak yang lengkap mencapai 19,08 juta rangkap (Martono, 2011).⁵¹ Sayangnya, kesederhanaan tata letak media ini bergumul dengan meningkatnya kewajiban untuk memuaskan pekerjaannya dengan lebih baik. Ini dapat mempengaruhi sifat item data yang diperkenalkan ke populasi umum, dengan mempertimbangkan bahwa kehadiran kerumunan menentukan keberadaan organisasi komunikasi yang luas. Organisasi komunikasi yang luas sebagian besar bergantung pada sirkulasi kesepakatan dan hasil yang dikomunikasikan untuk membantu organisasi.

Mengingat penjelasan kedua tentang latar belakang sejarah komunikasi luas yang dikembangkan komunikasi, kebenaran di Indonesia adalah bahwa kehadiran komunikasi luas menyampaikan informasi tentang kemajuan ke masyarakat umum. Komunikasi yang luas pada masa Orde Baru, meskipun dipaksakan oleh otoritas publik, cukup menyenangkan dalam memberikan data tentang kemajuan.⁵²

Menurut perbaikan, komunikasi yang luas memiliki kemampuan sendiri yang tidak dapat ditawarkan mengingat kedekatannya dengan warga. Komunikasi yang luas dapat menjadi jembatan untuk berita pemerintah untuk memanfaatkan warga dengan alasan bahwa penyebaran informasi melalui komunikasi yang luas dianggap secara umum menarik untuk mengetahui berita satu sama lain. Baik otoritas publik, sehubungan dengan keadaan individu dari semua sudut pandang maupun penduduk,

⁵¹ *Ibid*, Hlm 128

⁵² Kriska. (2019). *agricia.ugm.id. Posisi Media Massa Di Indonesia Dalam Perkembangan Komunikasi*.

dalam hal pengaturan pemerintah yang diambil untuk menjawab kasus-kasus yang terdapat pada penduduk. Selain memanfaatkan keunggulan-keunggulan tersebut, tentunya komunikasi yang luas juga dapat dimanfaatkan sebagai kontrol yang bersahabat untuk kemajuan kehidupan warga dan kontrol untuk pembuatan strategi pemerintah. Nasution (2009) menempatkan sudut pandangnya sendiri terlepas dari tugas media yang digambarkan sebelumnya, komunikasi luas yang dikembangkan juga dapat berperan dalam memperluas cakrawala warga, mengatur pengaturan untuk berkonsentrasi pada perbaikan, dapat meningkatkan tujuan dengan berbagai media yang memberikan keterbukaan. pintu bagi warga untuk berpartisipasi sedang dikembangkan. Di dalamnya, dapat mengubah masukan menjadi saluran komunikasi relasional, memperbesar diskusi strategi dengan membuka perasaan warga, mengusulkan nilai-nilai yang tidak dimiliki bersama, membantu berbagai jenis sekolah dan persiapan, dan meminta warga untuk terus-menerus mencela perbaikan yang ada. diselesaikan oleh otoritas publik.

Dengan demikian, kerjasama merupakan salah satu cara untuk menghadapi pergantian peristiwa di Indonesia, namun tidak berarti bahwa tugas komunikasi luas di dalamnya hancur. Indonesia adalah negara besar yang tersebar lebih dari banyak pulau. Komunikasi yang luas sangat penting untuk mencapai daerah-daerah yang sulit dijangkau oleh otoritas publik secara langsung. Kemajuan media di Indonesia saat ini juga telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap transmisi program perbaikan mulai dari satu daerah kemudian ke daerah berikutnya, sehingga mengangkat orang-orang di berbagai kabupaten untuk lebih meningkatkan pergantian acara provinsi mereka. Tinjauan yang dipimpin oleh Harsoyo (1993) juga masuk akal bahwa komunikasi yang luas menikmati beberapa di atas media yang berbeda di Indonesia. Komunikasi yang luas memiliki validitas yang luar biasa dan dapat melakukan kemampuan pengaturan rencana. Ini menunjukkan bahwa suatu subjek dianggap penting bagi pembaca jika didistribusikan dalam komunikasi luas tertentu, terutama dengan asumsi bahwa itu terus didistribusikan pada premis berkelanjutan.⁵³

⁵³ *Ibid*, Hlm 7

Komunikasi yang luas dapat mengikuti ketepatan pesan yang disampaikan. Pesan yang diarsipkan secara tidak efektif tidak dapat secara andal mengikuti pengabdian pesan.

Komunikasi yang luas dapat mengeluarkan kata yang dinormalisasi dan tepat secara ekonomis dan cepat. Media ini, dengan cara mereka sendiri yang spesifik, dapat mencetak dan menyampaikan secara umum, atau merekam dan mengirimkan penerima manfaat mereka, memberdayakan mereka untuk membuat pesan untuk cakupan yang sangat luas untuk disebarluaskan kepada penerima manfaat yang diharapkan.⁵⁴

Komunikasi luas menganggap korespondensi multi-saluran, yang terhubung dengan komunikasi luas sebagai kendaraan untuk korespondensi massal. Alangkah baiknya jika program perbaikan akan diperkenalkan ke daerah yang lebih luas, secara bersamaan. Manfaat ini tentu dirasakan oleh masyarakat Indonesia yang berpenduduk besar dan wilayah yang tidak berdekatan.

Memberdayakan kritik (feedforward). Meskipun demikian, komunikasi luas, baik kertas maupun elektronik, sudah mulai memikirkan kritik terbuka dengan caranya sendiri-sendiri. Organisasi media saat ini mengakui semua jenis kerja sama publik dalam penyebaran data dengan tujuan agar dapat diakses dengan baik oleh masyarakat umum. Sekali lagi banyak penjelasan ini menggarisbawahi bahwa media memainkan bagian yang unik yang tidak dapat digantikan oleh media lain. Kehadiran komunikasi yang luas sangat mempengaruhi kemajuan suatu negara, khususnya di Indonesia, namun perlu diingat bahwa kemajuan tersebut tidak serta merta berdampak positif dalam setiap hal. Hal ini dapat dipengaruhi oleh berbagai hal, baik di dalam maupun di luar komunikasi luas itu sendiri.

Peluang komunikasi yang luas di Indonesia telah dipastikan sejak runtuhnya pemerintahan Orde Baru dan penyiaran pada masa Reformasi hingga saat ini. Namun, selang beberapa waktu, kesempatan ini dimanfaatkan oleh perkumpulan-perkumpulan tertentu yang hanya mencari tambahan materi. Persaingan yang solid memiliki efek positif. Ini berarti bahwa sifat berita yang diperkenalkan juga dapat

⁵⁴ *Ibid*, Hlm 10

dipindahkan. Mereka berlomba-lomba untuk menghadirkan berita-berita yang lebih penting dan bernilai dalam membangun kepercayaan publik terhadap keberadaan mereka. Namun, dengan asumsi ada persaingan ahli minimal, ini membuat perbedaan negatif. Pada akhirnya, mempengaruhi sifat berita yang diperkenalkan dalam perasaan berita, legitimasinya harus diperhatikan. Mereka hanya mengembangkan sudut pandang bisnis untuk membantu keberadaan yayasan, tanpa fokus pada kenyamanan data yang disampaikan, namun hanya berita yang menggetarkan, penuh dengan berita pengalihan, tanpa bagian yang instruktif.

Kedua sisi pandangan ini telah muncul dalam pers mapan Indonesia dengan signifikansi tertentu. Beberapa kerangka kerja bergerak ke arah yang positif dalam pembuatan data, sementara yang lain bergerak ke arah yang negatif. Dampak selanjutnya jelas tidak menambah kemajuan negara. Konsekuensi merugikan ini ditegaskan dengan pemanfaatan yang luas dari komunikasi luas kuning di Indonesia.⁵⁵

Jelas, terlepas dari konsekuensi positif dan negatif dari komunikasi luas di Indonesia, efek samping dari area lokal sebagai target berita perlu mengakui efek positif dan meninggalkan konsekuensi buruk. Khusus dalam memilih berita. Prasyarat ini harus diimbangi dengan kemampuan otak untuk menyelidiki pesan saat ini. Persoalannya, tidak semua orang Indonesia bisa mengatur biayanya. Masih ada individu dengan tingkat pengajaran yang rendah karena keadaan sosial dan keuangan yang kurang ideal. Padahal, dalam pernyataan ini, tujuan perbaikan bangsa sendiri dipusatkan pada perbaikan daerah. Jika Anda benar-benar tidak dapat menangani data saat ini, maka kemajuan berkelanjutan tentu tidak akan berjalan dengan baik. Dalam situasi sosial seperti itu, komunikasi yang luas hanya sebatas kemampuan sebagai penghubung antara daerah dan otoritas publik dengan tujuan agar sistem perbaikan yang diatur dapat berjalan dengan lebih sukses. Bagaimanapun, kegiatan pemerintah yang lebih terlibat diharapkan untuk melaksanakan metodologi perbaikan.

⁵⁵ Asyik Rahim, Pempasa Islaminur, Deddy Mulyana, (2015) *Komunikasi Media Dan Masyarakat*, (PT Remaja Rosdakarya, Bandung) Hlm 32

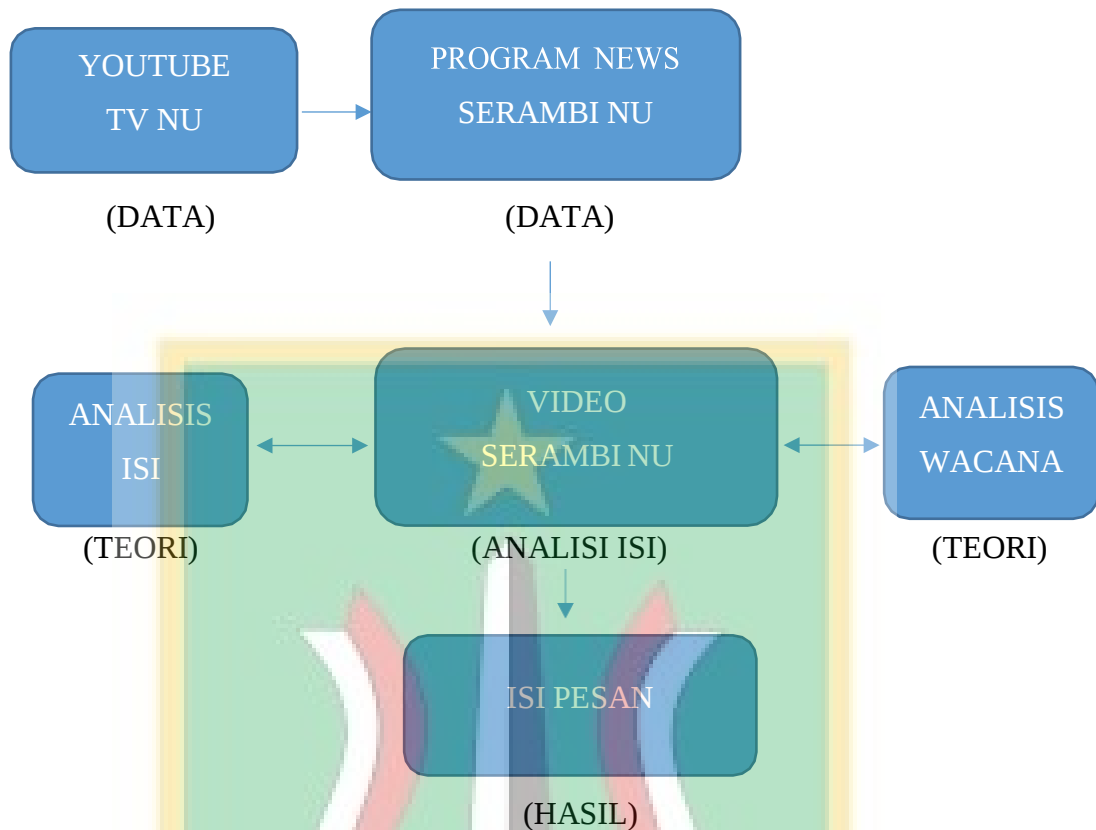
Ini menyiratkan bahwa peningkatan komunikasi luas di Indonesia tidak sepenuhnya definitif. Di atas segalanya, penting untuk melihat perbaikan seperti apa yang sedang dilakukan. Dengan asumsi kemajuan difokuskan pada elit dan pertemuan metropolitan yang merupakan klien komunikasi yang sangat luas, yang perlu fokus pada berita yang mereka butuhkan, maka tugas media bagi mereka sangat besar. komunikasi yang luas tidak hanya dalam perubahan mental dan efeknya pada informasi, tetapi juga dalam keuntungan yang diperoleh orang banyak dari melibatkan mereka sebagai alat untuk lebih mudah mengetahui posisi pendidikan mereka sendiri. Tunjukkan di mana harus membawanya. Jika perubahan di tempat ini membatasi lubang dalam perpisahan yang bersahabat, komunikasi luas memainkan peran penting yang sedang dikembangkan.⁵⁶

2.10 Kerangka Pemikiran

Sapto Haryoko

Kerangka Pemikiran Sapto Haryoko adalah penelitian yang mengkaji dua variabel atau lebih. Ketika seorang peneliti membahas satu atau lebih variabel secara individual, peneliti hanya dapat menyajikan penjelasan teoritis untuk setiap variabel atau argumen untuk variasi besarnya variabel selama penelitian. meneliti “ANALISIS ISI PESAN ISLAM WASATHIYAH DALAM MEDIA SOSIAL YOUTUBE TELEVISI NAHDLATUL ULAMA PADA PROGRAM SERAMBI NU” penulis membuat kerangka pemikiran berdasarkan konsep judul sebagai berikut :

⁵⁶ *Ibid*, Hlm 18



Dalam gambaran kerangka pemikiran tersebut dapat dijelaskan bahwa peneliti ini membahas mengenai Strategi Komunikasi dan Isi Pesan Dakwah Islam Wasathiyah Telisiti Nahdlatul Ulama (TVNU), yang mana Televisi Nahdlatul Ulama dan Audiens yang menonton (Viewers) melakukan Strategi Komunikasi dan menikmanti konten dakwah Islam Wasathiyah yang dihasilkan oleh Televisi Nahdlatul Ulama, membuat penulis ingin memiliki rasa keinginan tahuan yang lebih mendalam, dan yang mendorong penulis untuk melakukan penelitian ini.

Pesan dakwah Islam Wasathiyah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah merupakan ciri utama dalam akidah Islam yang mengacu pad acara hidup yang seimbang menghindari ekstrem dalm melakukan serta mengalami hal-hal yang dalam jumlah yang sedang.

