# STUDI KUALITATIF MANAJEMEN BERITA DAKWAH PADA MEDIA KLIKMU.CO

# **SKRIPSI**

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



Oleh:

AGHNINA MAGHFIROH B01215005

KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
2019

## **PERNYATAAN**

# PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Aghnina Maghfiroh

NIM : B01215005

Program Studi : Komunikasi dan Pernyiaran Islam

Alamat : Rungkut Lor VII Masjid 10A Surabaya

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

- 1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
- 2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan hasil plagiasi karya orang lain.
- 3. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi, saya akan bersedia menanggung segala segala konsekuensi hokum yang berlaku.

Surabaya, 15 Agustus 2019

Aghnina Maghfiroh NIM. B01215005

Yang menyatakan,

# PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nama

: Aghnina Maghfiroh

NIM

: B01215005

Fakultas

: Dakwah dan Komunikasi

Program Studi

: Komunikasi dan Penyiaran Islam

Konsentrasi

: Jurnalistik

Judul

: "Studi Kualitatif Managemen Berita Dakwah pada Media

klikmu.co"

Skripsi ini telah diperiksa dan setujui untuk diajukan

Surabaya, 08 Juli 2019

Dosen pembimbing

Lukman Hakim, S. Ag, M.Si, MA

# PENGESAILAN TIM PENGUJI

Skripsi ini disusun oleh Aghnina Maghfiroh telah dipertahankan didepan

Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 25 Juli 2019

Mengesahkan,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

TERIAN Takunasi Dakwah dan Komunikasi

E Dekan

And Halim, M.Ag

Lukman Hakim, S.Ag, M.SI, MA NIP. 197308212005011004

PergijijII,

Prof. Dr. H. Moh. Ali Aziz, M.Ag NIP. 195706091983031003

Penguji III,

Orthonou 2 Dr. Prihananto, M.Ag NIT. 196812301993031003

Tias Satrio Adhitama, S.Sos.I, MA

NIP. 197805092006041004



# **KEMENTERIAN AGAMA** UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA **PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300 E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

# LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama	: AGHNINA MAGHFIROH
NIM	: B01215005
Fakultas/Jurusan	: DAKWAH DAN KOMUNIKASI / KPI
E-mail address	: aghnina27maghfiroh@gmail.com
UIN Sunan Ampe ✓ Sekripsi ☐ yang berjudul:	gan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan l Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :  Tesis Desertasi Lain-lain ()  ATIF MANAJEMEN BERITA DAKWAH PADA MEDIA KLIKMU.CO
Perpustakaan UIN mengelolanya da menampilkan/men akademis tanpa p	yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini V Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, alam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan mpublikasikannya di Internet atau media lain secara <i>fulltext</i> untuk kepentingan erlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai lan atau penerbit yang bersangkutan.
Saya bersedia unt Sunan Ampel Sura dalam karya ilmiah	uk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN abaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta saya ini.
Demikian pernyata	nan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 15 Agustus 2019

Penulis

0EFEAAFF866101062 (AGHNINA MAGHFIROH)

nama terang dan tanda tangan

## **ABSTRAK**

Aghnina Maghfiroh, NIM. B01215005, 2019. Manajemen Berita Dakwah dalam Media Klikmu.co (Studi Kualitatif Deskriptif Analisis Wawancara). Skripsi Sarjana. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Trend perilaku masyarakat digital yang cepat tumbuh merupakan peluang untuk memenuhi kebutuhan ummat dalam informasi di dunia maya. Peluang dakwah yang menyertai didalamnya menjadi salah satu aspek yang penting sebagai daya dukung misi dakwah yang di emban klikmu.co. jika dikaitkan dengan kondisi masyarakat saat ini, mulai mengikuti budaya barat dan produksi berita dan berbagai media baik cetak maupun online dengan berbagai macam ideologi yang berbeda, maka persaingan pemberitaan di media online semakin panas, sedangkan peringkat dari sebuah media dilihat dari produksi informasinya. Melihat sudut pandang tersebut maka sebuah media online memerlukan strategi/manajemen berita untuk mempertahankan peringkatnya.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana manajemen berita dalam portal media online Klikmu.co. penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis analisis wawancara model Miles and Huberman yang menggunakan perspektif subjek lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif.

Berdasarkan analisis data dan interpretasi teoretik, diperoleh kesimpulan bahwa berita online Klikmu.co belum memiliki manajemen berita yang baik, dimana manajemen berita belum terstruktur berdasarkan keperluan berita. Koordinasi antar struktural hanya dilakukan via media sosial, bukan atas pertemuan rutin dan terjadwal sedemikian rupa. Manajemen berita yang ada pada media online Klikmu.co perlu memperbaiki perencanaan yang ada didalamnya, agar manajemen berita dapat terbentuk dengan baik juga memiliki patokan yang dapat dipegang oleh setiap individu yang berada didalam struktural kepemimpinan Klikmu.co.

Kata Kunci: Jurnalisme Online, Manajemen Berita Dakwah, Klikmu.co

# **DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	V
ABSTRAK	vi
	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAD I DENDATITI HAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	1 4
	-
C. Tujuan Penelitian	4
E. Definisi Konseptual	6 7
F. Sistematika Pembahasan	/
DAD HEZAHANI ZEDHICTA ZAANI	
A. Manajemen Berita	9
	9
	_
	17
3. Nilai Berita	19
· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	23
5. Manajemen Berita	28
5 · · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	29
· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	31
	47 52
D. Penelitian Terdahulu yang Relevan	53
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	57
B. Subjek Penelitian	60
C. Tahapan Penelitian	61
D. Teknik Pengumpulan Data	62
E. Teknik Analisis Data	69

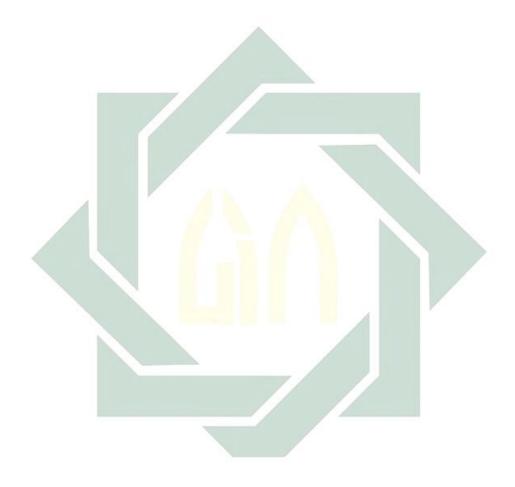
# BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A.	Penyajian Data	73
	1. Sejarah Klikmu.co	73
	2. Struktur Organisasi Klikmu.co	74
	3. Rubrikasi	
B.	Analisis Data	78
	1. Prolog	78
	2. Perencanaan Tidak Terstuktur.	
	3. Multi Tugas Redaksi	80
	4. Penggerakan Via Daring	
	5. Pengawasan	
C.	Interpretasi Teoritik	88
Ċ.	11001p1011011 10011111	00
BAB V	V PENUTUP	
A.	KesimpulanKesimpulan	99
	Keterbatasan Penelitian	
	Saran	

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN

# **DAFTAR TABEL**

A.	Tabel 3.1 Interview Guide	65
л.	Tabel 3.1 Illerview Guide	U



## **BABI**

#### PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Seiring semakin canggih dan modern berbagai macam teknologi informasi, penggunaan internet semakin marak digunakan dalam berbagai aspek kehidupan bahkan dalam keseharian, bahkan tiada sedetik pun lepas dari handphone. Keberadaan internet memberikan kontribusi yang cukup besar bagi kalangan masyarakat, perusahaan, industry, maupun pemerintahan. Internet mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam ilmu pengetahuan dan cara pandang hidup.

Semakin populernya internet sebagai sebuah media komunikasi sejak 1990-an, merupakan fenomena tersendiri. Internet sebagai jejaring computer global menciptakan dunia maya, lautan data, informasi maupun pengetahuan diolah, diproses, disimpan, ditransmisikan, dan serentak dihadirkan kembali. Internet berbeda dengan media konvensional sebelumnya, karena ia dapat merengkuh dan menggabungkan citra, gambar-gerak, teks, dan audio-visual secara sempurna dan nyata.

Pada saat internet pertama kali di perkenalkan oleh para ilmuan barat, hampir dari kebanyakan tokoh Islam curiga dan khawatir akan efek dari temuan teknologi tersebut. Namun pemikir Islam dari Syiria Dr. Muhammad Sa'id Ramadhan al-Buthi berkata: "ternyata jaringan internet hampir menelan seluruh penjuru dunia yang merupakan lahan luas dimana bertebaran podium-

podium yang menyuarakan kepentingan Islam dengan memperkenalkan, mengajak (dakwah), membela dan memecahkan berbagai problem<sup>1</sup>.

Hanya dengan menggunakan google, pengguna internet (netizen) dengan mudah mengakses berbagai macam informasi. Dalam beberapa tahun terakhir internet sudah menjadi kebutuhan dan gaya hidup yang tak lepas dalam kehidupan manusia. Tak dapat dipungkiri bahwa internet juga mampu memberikan informasi secara lengkap bahkan tanpa filter, didukung dengan kemudahan dan kecepatan mengakses suatu halaman. Dengan semakin pesatnya perkembangan internet, hal ini mudah dimanfaatkan oleh pelaku bisnis untuk mengembangkan website/portal berita untuk menyajikan beritaberita hangat yan lebih cepat tersaji san mudah diakses.

Bila dilihat dari sisi media internet dan media online di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Situs berita online di Indonesia umumnya dimiliki dan dikembangkan oleh surat kabar atau majalah yang sebelumnya sudah eksis dan memiliki nama besar yang telah kuat secara modal dan jaringan distribusi. Para pemilik Koran dan majalah menerbitkan edisi online sebagai tuntutan kemajuan zaman. Para pelaku media dituntut untuk dapat menyajikan berita dengan cepat dan instan, apalagi didukung dengan adanya revolusi besar-besaran di bidang teknologi dan komunikasi.

Klikmu.co "Viral Pencerahan" adalah Portal Berita yang di kelola oleh PT Sang Surya Surabaya milik Pimpinan Daerah Muhammadiyah Kota Surabaya sebagai media dakwah yang mencerahkan<sup>2</sup>.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> N. Faqih Syarif H, *Kiat Menjadi Dai Sukses*. (Bandung : PT. remaja Rosdakarya, 2015), h. 139

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> Klikmu.co/dewan-redaksi/

Trend perilaku masyarakat digital yang cepat tumbuh merupakan peluang untuk memenuhi kebutuhan ummat dalam informasi di dunia maya. Peluang dakwah yang menyertai di dalamnya menjadi salah satu aspek yang penting sebagai daya dukung misi dakwah yang di emban klikmu.co. jika dikaitkan dengan kondisi masyarakat saat ini, mulai mengikuti budaya barat dan produksi berita dan berbagai media baik cetak maupun online dengan berbagai macam ideologi yang berbeda, maka persaingan pemberitaan di media online semakin panas, sedangkan peringkat dari sebuah media dilihat dari produksi informasinya. Melihat sudut pandang tersebut maka sebuah media online memerlukan strategi/manajemen berita untuk mempertahankan peringkatnya.

Oleh karena itu media memerlukan manajemen berita untuk bertahan dalam persaingan media online. Menghindari pembuatan berita yang asal karena manajemen yang tidak tepat dan kebijakan redaksi yang salah kaprah, yaitu tidak mementingkan lagi isi berita. Pengertian Berita sendiri ialah sebuah laporan atau pemberitahuan mengenai terjadinya sebuah peristiwa atau keadaan yang bersifat umum dan baru saja terjadi yang disampaikan oleh wartawan di media massa<sup>3</sup>. Sedangkan berita adalah unsur terpenting dalam sebuah aktivitas media. Tidak ada aktivitas jurnalistik tanpa berita. Unsur terpenting dari aktivitas media dan jurnalistik adalah berita<sup>4</sup>.

\_

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Djuraid N Husnun, *Panduan Menulis Berita* (Malang: September 2006), h. 11

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Yunus Syarifuddin, *Jurnalistik Terapan* (Bandung: Februari 2010), h. 45

## B. Rumusan Masalah

Mayor: Mayor: Bagaimana manajemen berita pada klikmu.co dalam pelaksaan dakwah ?

#### Minor:

- 1. Bagaimana perencanaan manajemen berita pada Klikmu.co?
- 2. Bagaimana pengorganisasian manajemen berita pada Klikmu.co?
- 3. Bagaimana pengkoordinasian manajemen berita pada Klikmu.co?
- 4. Bagaimana pengawasan manajemen berita pada Klikmu.co?

# C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui manajemen yang dilakukan oleh klikmu.co dalam pelaksanaan dakwah.

# D. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini dan tercapainya tujuan penelitian di atas maka peneliti berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat.

- Sebagai salah satu syarat akademik untuk menyelesaikan studi Strata Satu di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan untuk media yang diteliti dan pedoman bagi mahasiswa dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

- Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan kajian studi Ilmu Komunikasi yaitu penggunaan media massa sebagai media penyampai informasi.
- 4. Penelitian ini digunakan untuk memperluas wawasan dan menerapkan teoriteori serta menambah informasi dan pengetahuan bagi studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
- 5. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

## a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan khazanah dalam bidang ilmu dakwah dan komunikasi dalam memajukan dunia dakwah.

## b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan bagi para pelaku dakwah baik secara perorangan maupun kolektif, dalam merumuskan managemen yang tepat dalam mengatasi problematika dakwah yang ada dan diharapkan dapat memperkaya khazanah di masyarakat khususnya melalui portal berita islam online.

# E. Definisi Konsep

Dalam penelitian "Studi Kualitatif Managemen Berita Dakwah Pada Media Klikmu.co" mengandung beberapa konsep antara lain :

# 1. Manajemen

Manajemen adalah sebuah seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Definisi Parker Follet ini berarti bahwa seorang manager bertugas mengatur dan mengarahkan orang lain untuk mencapai tujuan organisasi<sup>5</sup>. Ricky W. Griffin , mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien. Efektif bahwa tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan. Sementara efisien berarti bahwa tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisis, dan sesuai jadwal.

## 2. Berita Dakwah

Berita ialah sebuah laporan atau pemberitahuan mengenai terjadinya sebuah peristiwa atau keadaan yang bersifat umum dan baru saja terjadi yang disampaikan oleh wartawan di media massa<sup>6</sup>. Dan berita adalah unsur terpenting dalam sebuah aktifitas media. Tidak ada aktifis jurnalistik tanpa berita. Unsur terpenting dari aktifitas media dan jurnalistik adalah berita<sup>7</sup>.

Dakwah berasal dari bahasa arab *da'wah*. Dakwah mempunyai tiga huruf asal, yaitu *dal, 'ain, wawu*. Dari ketiga huruf asal ini, terbentuk beberapa kata dengan ragam makna. Makna-makna tersebut adalah memanggil, mengundang, meminta tolong, menamakan, menyuruh, datang,

<sup>&</sup>lt;sup>5</sup> Richard Barret, *Vocational Bussines: Training, Development and Motivating People* (Bussines & Economics: 2003), page 51

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> Djuraid N Husnun, *Panduan Menulis Berita* (Malang: September 2006), h. 11

<sup>&</sup>lt;sup>7</sup> Yunus Syarifuddin, *Jurnalistik Terapan* (Bandung: Februari 2010), h. 45

mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendoakan, menangisi, dan meratapi (Ahmad Warson Munawwir, 1997: 406).

#### F. Sistematika Pembahasan

#### BAB I – PENDAHULUAN

Ada enam hal hal pokok yang perlu dikemukakan dalam bab ini, yaitu: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, definii konseptual, dan sistematika pembahasan.

# BAB II - KAJIAN KEPUSTAKAAN

Bab ini terdiri atas kajian penelitian terdahulu yang relevan.

# BAB III - METODOLOGI PENELITIAN

Adapun hal pokok yang dikemukakan dalam bab ini yakni: pendekatan dan jenis penelitian.

## BAB IV – PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

Hal-hal yang dibahas dalam bab empat ini antara lain:

# 1. Teknik Pengumpulan Data

Pada bagian ini akan dipaparkan mengenai data dan fakta subjek penelitian, terutama yang terkait dengan rumusan masalah yang diajukan, dalam arti pada bagian ini berisi tentang jawaban atas berbagai masalah yang diajukan oleh peneliti, yang didasarkan atas hasil observasi, hasil wawancara.

## 2. Teknik Analisis Data

Temuan penelitian merupakan hasil analisis data. Analisi ini nantinya akan disajikan dalam bentuk pola, kecenderungan dan motif yang muncul dari data.

# BAB V – PENUTUP

Berisikan kesimpulan yang merupakan jawaban langsung dari permasalahan yang sinkron dengan rumusan masalah. Selain itu juga ada bagian rekomendasi yang mengemukakan beberapa anjuran bagi peneliti selanjutnya.



#### **BAB II**

#### KAJIAN KEPUSTAKAAN

# A. Manajemen Berita

# 1. Pengertian Berita

Dalam buku Sam Abede (2005) yang berjudul Manajemen Berita menjelaskan bahwa untuk memahami definisi dari sebuah berita, alangkah lebih baik jika peneliti merujuk pada kedua ahli yang bisa membawa kita pada pengertian yang lebih utuh. Yang pertama dituturkan oleh William S. Maulsby yang menyatakan: Berita bisa didefinisikan sebagai suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta-fakta yang mempunya arti yang penting dan baru terjadi, yang dapat menarik perhatian para pembaca berita di surat kabar tersebut<sup>8</sup>.

Sedangkan yang kedua dituturkan oleh Eric C. Hepwood yang memberi pernyataan: Berita adalah laporan pertama dari kejadian yang penting sehingga dapat menarik perhatian umum<sup>9</sup>. Dari ungkapan kedua ahli tersebut dapat memberikan sejumlah indicator yang disebut dengan *News* atau Berita. Indicator tersebut adalah:

Perencanaan berita biasa dilakukan dalam waktu yang relatif cukup lama, namun bisa dilakukan secara mendadak. Pihak yang melakukan perencanaan adalah redaktur, koordinator liputan, atau reporter. Lalu untuk perencanaan yang dilakukan dalam waktu yang relatif cukup lama biasanya dilakukan oleh redaktur atau koordinator liputan yang diajukan

<sup>&</sup>lt;sup>8</sup> Sam Abede, *Manajemen Berita* (Surabaya: Papyrus, 2005), h. 6

<sup>&</sup>lt;sup>9</sup> Ibid., 6

dalam rapat redaksi atau bias dilakukan oleh reporter. Perencanaan jenis ini biasanya diberlakukan terhadap berita-berita yang sudah bsia diprediksi atau berita-berita lanjutan.

Untuk peristiwa yang mendadak dimana memerlukan liputan, perencanaan dilakukan secara mendadak pula. Perencanaan jenis ini dilakukan oleh koordinator liputan yang sefera menghubungi reporter, atau oleh inisiatif sang reporter bila koordinator liputan tidak mengetahui peristiwa mendadak itu. Untuk itu diperlukan tingkat kecerdasan dan kecepatan yang tinggi. Begitu mengetahui adanya suatu peristiwa yang mengandung nilai berita, para reporter secara otomatis sudah menyusun perencanaan berita. Mereka langsung menentukan *lead* dan *body* berita bahkan judul berita.

Dalam benak reporter sudah ada daftar narasumber berita beserta daftar pertanyaan. Selain itu, sudah ada pula sarana dan prasarana untuk menuju lokasi dan menemui narasumber. Frekuensi terjadinya peristiwa dadakan yang tinggi mendorong para reporter untuk selalu berjaga, telepon genggam harus tetap hidup selama dua puluh empat jam non stop, demikian pula kamera bagi kamerawan dan wartawan foto.

Setelah para reporter dan kamerawan menyerahkan hasil liputannya atau telah melakukan siaran langsung, mereka dituntut untuk memiliki perencanaan lanjutan atas hasil peliputan ataupun siaran langsung tersebut. Mereka bisa juga akan melaksanakan perencanaan yang disusun oleh redaktur dan koordinasi liputan. Perencanaan demi perencanaan berita merupakan porsi terbesar yang menyita waktu para

jurnalis. Dengan begitu perencanaan berita menjadi tonggak utama manajemen berita, bahkan bagian terpenting dari perencanaan media massa dan manajemen media massa.

Selanjutnya adalah fungsi pelaksanaan *actuating*. Pada fungsi manajemen para jurnalis sering menghadapi kendala dalam merealisasikan perencanaan. Suatu rencana yang sudah dianggap matang ketika dilaksanakan seringkali mengalami perubahan, dalam artian harus disesuaikan dengan kondisi yang ada pada saat itu.

Jurnalis berencana untuk memperoleh informasi dari narasumber tertentu namun ketika didatangi ternyata narasumber tidak berada di tempat, begitu pula ketika dihubungi melalui handphone, telepon sang narasumber tidak aktif. Bagi yang memiliki cadangan tentunya bisa mengalihkan permintaan informasi kepada narasumber cadangan. Namun bagi yang tidak memiliki cadangan biasanya melaporkan bahwasannya yang bersangkutan ketika dihubungi sedang tidak ada ditempat dengan alasan lain agar jurnalis tidak dianggap kurang mampu melaksanakan rencana.

Perencanaan menetapkan bahwa gambar yang akan disiarkan ialah yang 'begini', namun ketika kamerawan tiba di lokasi hujan deras. Maka sebagai kompensasi diambillah gambar lain yang sekiranya serupa dengan kejadian yang mewakili 'begini' tersebut.

Fungsi manajemen berita yang tak kalah pentingnya ialah fungsi controlling atau pengawasan. Pada mulanya seorang reporter dan kamerawan harus melakukan self control sebelum diserahkan kepada

12

redaktur atau coordinator liputan. Apabila mereka merasa karyanya

kurang memuaskan, maka karya itu harus diperbaiki. Hal itu merupakan

bagian dari check and recheck. Maka dengan demikian, karya tersebut

sudah melalui control awal. Untuk control selanjutnya dilakukan oleh

redaktur atau redaktur pelaksana dan pemimpin redaksi.

Mereka sesungguhnya adalah penjaga gawang atas semua karya

jurnalistik yang masuk. Control yang mereka lakukan merupakan

pengawasan yang terakhir sebelum suatu karya jurnalistik diterbitkan

atau disiarkan. Lalu proses editing atau penyuntingan yang dilakukan

redaktur sebenarnya bagian dari pelaksanaan fungsi *controlling* <sup>10</sup>.

Mengingat betapa pentingnya kedudukan berita dalam dunia

jurnalistik, maka apakah sesungguhnya berita itu? bagaimana cara kita

memperolehnya? dan di mana sajakah kita dapat memperolehnya?

Kalangan pakar jurnalistik mengakui bahwa membuat definini

berita itu sangatlah sulit. Mungkin karena terlalu sulit itulah seorang

Direktur sebuah institute jurnalistik di London, Tom Clarke,

mengatakan bahwa pada mulanya menurut suatu kisah yang diakui tidak

dapat diuji kebenarannya, kata *news* (berita) berasal dari suatu singkatan

(akronim) yaitu:

N(orth) atau Barat;

E(ast) atau Timur;

W(est) atau Barat, dan;

S(outh) atau Selatan.

.

<sup>10</sup> Sam Abede, Manajemen Berita (Surabaya: Papyrus, 2005), h. 52-55

Dengan akronim tersebut Clarke ingin menggambarkan betapa berita sebagai suatu hal yang dapat memenuhi kebutuhan naluri keingintahuan manusia dengan memberi kabar dari segala penjuru dunia. Cerita Tom Clarke ini juga ingin menegaskan betapa luasnya lapangan pemberitaan dalam dunia jurnalisme<sup>11</sup>.

Menurut seorang raja pers asal Inggris bernama Lord Northeclife, berita adalah segala sesuatu yang mengandung hal yang luar biasa. Ada pula yang mengatakan, berita adalah kombinasi dari beberapa unsur yang mengejutkan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia karangan Drs. Suharso dan Dra. Ana Retnohening disebutkan bahwa berita itu sama artinya dengan kabar, warta: memberi tahu, pemberitahuan<sup>12</sup>.

Namun tidak sedikit pula definisi mengenai berita disampaikan oleh pakar jurnalistik. Beberapa diantaranya disebutkan di bawah ini:

- 1. Willard C. Bleyer: Berita adalah suatu kejadian actual yang diperoleh wartawan untuk dimuat dalam suart kabar karena menarik atau mempunyai makna bagi pembaca (*Newspaper Writing and Editing*)
- 2. William S. maulsby: Berita adalah suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta-fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi yang dapat menarik perhatian para pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut (*Getting The News*)

\_

<sup>&</sup>lt;sup>11</sup> Sedia Wiling Barus, *Jurnalistik: Petunjuk Teknis Menulis Berita* (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama 2010), h. 25

 $<sup>^{12}</sup>$  Sedia Wiling Barus, *Jurnalistik: Petunjuk Teknis Menulis Berita* (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama 2010), h. 26

- 3. Chilton R. Bush: Berita adalah laporan mengenai peristiwa yang penting diketahui masyarakat dan juga laporan peristiwa yang semata-mata menarik karena berhubungan dengan hal yang menarik dari seseorang atau sesuatu dalam situasi yang menarik. (Newspaper Reporting of Public Affairs, 1940)
- 4. Eric C. Hepwood: Berita adalah laporan pertama dari kejadian penting yang dapat menarik perhatian umum. (Redaktur di Cleveland Pain Dealer)
- 5. Curtis MacDougall: Berita adalah apa saja yang menarik hati orang dan berita yang terbaik adalah yang menarik hati orang sebanyakbanyaknya. (*Interpretative Reporting*)
- 6. Dja'far H. Assegaff: Berita adalah laporan tentang fakta atau ide yang terkini, yang dipilih oleh wartawan untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca. Entah karena luar biasa, entah karena pentingnya atau karena akibat yang ditimbulkannya, atau entah karena mencakup segi-segi human interet seperti humor, emosi, dan ketegangan. (Jurnalistik Masa Kini)
- 7. Jakob Oetama: Dalam bukunya Perspektif Pers Indonesia: Berita itu bukan fakta, tapi laporan tentang fakta itu sendiri. Suatu peristiwa menjadi berita hanya apabila ditemukan dan dilaporkan oleh wartawan atau membuatnya masuk dalam kesadaran public dan dengan demikian menjadi pengetahuan public.

Dari beberapa definisi di atas kita dapat menyimpulkan bahwa berita adalah segala laporan mengenai peristiwa, kejadian, gagasan, fakta yang menarik perhatian dan penting untuk disampaikan atau dimuat dalam media massa agar diketahui atau menjadi kesadaran umum. Dengan demikian, jika diamati dari semua definisi tersebut pada dasarnya berita mengandung beberapa unsur antara lain:

- 1. Suatu peristiwa, kejadian, gagasan, pikiran, fakta yang actual;
- Menarik perhatian karena ada factor yang luar biasa (extraordinary) di dalamnya;
- 3. Penting;
- 4. Dilaporkan, diumumkan, atau dibuat untuk menjadi kesadaran umum supaya menjadi pengetahuan bagi orang banyak (massa);
- 5. Laporan itu dimuat di media tertentu.

Dari kelima unsur di atas dapat disimpulkan bahwa suatu peristiwa, kejadian, gagasan, atau yang disebut dengan "fakta" betapa pun actual, menarik, dan pentingnya, jika tidak dilaporkan atau diberitakan melalui media massa dan tidak disampaikan kepada umum untuk diketahui, hal tersebut bukanlah berita. Artinya, fakta menjadi berita apabila dilaporkan<sup>13</sup>.

Secara sosiologi, berita adalah semua hal yang terjadi di dunia. Berita adalah apa yang di tulis di surat kabar, apa yang disiarkan dalam radio, ditayangkan oleh televisi dan diketik dalam social media. Berita menyangkut fakta dan data, namun taktak semua fakta merupakan berita. Berita menyangkut orang-orang, tetapi tidak setiap orang bisa di jadikan

-

<sup>&</sup>lt;sup>13</sup> Sedia Wiling Barus, *Jurnalistik: Petunjuk Teknis Menulis Berita* (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama 2010), h. 26-27

berita. Berita merupakan sejumlah peristiwa yang terjadi di dunia, tetapi hanya sebagian kecil saja yang dilaporkan.

Berita ialah sebuah laporan atau pemberitahuan mengenai terjadinya sebuah peristiwa atau keadaan yang bersifat umum dan baru saja terjadi yang disampaikan oleh wartawan di media massa<sup>14</sup>. Dan berita adalah unsur terpenting dalam sebuah aktifitas media. Tidak ada aktifis jurnalistik tanpa berita. Unsur terpenting dari aktifitas media dan jurnalistik adalah berita<sup>15</sup>.

Berita dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori, yaitu berita berat (*Hard News*) dan berita ringan (Soft News). Selain itu, berita juga dapat dibedakan menurut lokasi peristiwanya, di tempat terbuka atau di tempat tertutup. Sedangkan berdasarkan sifatnya, berita bisa dipilah menjadi berita diduga dan tak diduga. Selebihnya, berita juga bisa dilihat menurut materi isinya yang beraneka ragam.

Berita berat menujuk pada peristiwa yang mengguncang dan menyita perhatian seperti kebakaran, gempa bumi, tsunami, kerusuhan. Sedangkan berita ringan menunjuk pada peristiwa yang lebih bertumpu pada unsur ketertarikan manusiawi, seperti pesta pernikahan, kedatangan artis dari luar negeri yang menjadi idola bagi suatu kalangan tertentu, adanya pengajian akbar yang dihadiri oleh ustadz/ustzadah terkenal yang menjadi panutan bagi sebagian masyarakat tertentu.

.

<sup>&</sup>lt;sup>14</sup> Djuraid N Husnun, *Panduan Menulis Berita* (Malang: September 2006), h. 11

<sup>&</sup>lt;sup>15</sup> Yunus Syarifuddin, *Jurnalistik Terapan* (Bandung: Februari 2010), h. 45

## 2. Sifat Berita

Berdasarkan sifat kejadian, seperti yang diungkap oleh Dja'far H. Assegaff dalam bukunya Jurnalistik Masa Kini (1985) berita terbagi menjadi dua bagian, yakni:

# 1. Berita yang dapat di duga:

Peristiwa yang dapat di perkirakan sebelumnya, seperti perayaan HUT RI, munas organisasi politik, konferensi, seminar, perayaan hari ibu, hari pangan sedunia, dan sebagainya. Di sini termasuk undang-undangan resmi panitia penyelenggara suatu kegiatan atau kejadian penting yang perlu diketahui orang banyak kepada media massa seperti peresmian gedung perkantoran, pabrik, peluncuran buku, pengukuhan gelar professor atau doctor, dan lain-lain<sup>16</sup>.

Proses penanganan berita yang sifatnya di duga disebut Making News. Artinya, kita berupaya untuk menciptakan dan merekayasa sebuah berita. Proses perekayasaan berita dilakukan melalui tahap perencanaan di ruang redaksi, diusulkan rapat proyeksi, dimusyawarahkan dengan pimpinan redaksi, dilanjut observasi, lalu ditegaskan dalam interaksi dan konfirmasi dilapangan. Semua melalui prosedur managemen peliputan yang baku, jelas, terstruktur, dan terukur. Orang yang meliput disebut reporter.

<sup>&</sup>lt;sup>16</sup> Sedia Wiling Barus, Jurnalistik: Petunjuk Teknis Menulis Berita (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama 2010), h. 39

# 2. Berita yang tak dapat di duga:

Peristiwa atau kejadian yang memang sulit dan tidak dapat diperkirakan kapan terjadinya (*happening*), sperti bencana alam, kecelakaan, pembunuhan, kematian orang-orang penting, dan sebagainya<sup>17</sup>. Berita yang tidak diketahui sifatnya disebut *Hunting News*. Orangnya disebut sebagai *Hunter* (pemburu).

Namun, dari dua sifat berita diatas rupanya satu-satunya sifat utama dari sebuah berita ialah menarik perhatian banyak orang. Menarik perhatian karena peristiwanya maupun dalam penyajian berita. Dengan demikian unsur utama bagi berita yang berharga ialah perhatian umum, suatu hal yang penting untuk menjadi ukuran baik buruknya suatu berita.

Adapun untuk menemukan suatu berita yang menarik perhatian pembaca umumnya, yakni dapat kita tanyakan pada diri kita masing-masing selaku pembaca berita, "apa yang lebih menarik perhatian kita?" tentu jawabannya adalah segala sesuatu yang bisa mempengaruhi diri kita sendiri. Baik kepada kesehatan, kekayaan, keselamatan, maupun kebahagiaan, atau hal-hal lain yang ada pada diri kita. Dengan pengaruh yang bersifat pribadi itulah, kita akan menegakkan sejumlah perhatian dengan didasari kemanusiaan yang menjadi tanggapannya<sup>18</sup>.

\_

<sup>&</sup>lt;sup>17</sup> Sedia Wiling Barus, *Jurnalistik: Petunjuk Teknis Menulis Berita* (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama 2010), h. 39

<sup>&</sup>lt;sup>18</sup> Kustadi Suhandang, *Pengantar Jurnalistik: Seputar Jurnalistik, Produk & Kode Etik* (Bandung:September 2004), h. 139

# 3. Nilai Berita

Nilai berita (*News Value*) biasa di gunakan sebagai acuan para jurnalis untuk memutuskan fakta apa yang pantas dijadikan sebagai sebuah berita dan memilih yang mana yang baik. Nilai berita menjadi patokan wartawan dalam menilai apakah sebuah peristiwa layak diberitakan atau tidak<sup>19</sup>. Dengan kriteria tersebut seorang reporter dapat melacak peristiwa mana yang harus diliput dan diberitakan, peristiwa apa yang tak perlu diliput dan tak perlu di beritakan.

Nilai berita juga berguna untuk seorang editor, yang mana dalam mempertimbangkan dan memutuskan berita apa yang terpenting dan baik untuk dimuat, di publikasikan, atau ditayangkan di media social kepada kalangan masyarakat. Adapula yang mengatakan bahwa untuk menilai suatu berita atau kejadian memiliki nilai berita atau tidak, maka tugas reporter harus mampu melihat unsur-unsur sebagai berikut:

- 1. Penting (*Significance*): suatu berita harus diperhatikan kadar berita itu sendiri, dimana berita itu penting untuk dipublikasi atau tidak.
- 2. Besaran (*Magtitude*): sesuatu yang besar dari segi jumlah, nilai, atau angka yang besar hitungannya sehingga pasti menjadi sesuatu yang berarti dan menarik untuk diketahui oleh banyak orang.

.

<sup>&</sup>lt;sup>19</sup> https://www.komunikasipraktis.com/2013/05/10-nilai -berita-news-values-.html?m=1

- 3. Kebaruan (*Timeliness*): memuat kejadiaan yang baru saja terjadi. Bila kejadiannya belum lama, maka hal itu menjadi actual atau hangat dibicarakan oleh khalayak umum. Actual berkaitan dengan jarak waktu bahwasannya kejadian tersebut bukan lah berita basi atau terlambat meemnuhi waktu pemuatan berita yag sudah ditetapkan oleh pemimpin redaksi.
- 4. Kedekatan (*Proxomity*): memiliki kedekatan jarak (geografis) ataupun emosional dengan pembaca. Bisa jadi kedekatan antar profesi, minat, bakat, hobi, dan perhatian pembbaca. Contoh, seorang pedagang bahan pokok di pasar tentu akan langsung tertarik dengan berita yang mempublikasikan tentang kenaikan harga bahan pokok.
- 5. Ketermukaan (*Prominance*): hal-hal yang menyangkut pribadi seseorang atau suatu benda, tempat, atau kejadian. Pristiwa yang menyangkut orang terkenal atau sesuatu yang dikenal masyarakat menjadi berita penting untuk diikuti oleh pembaca.
- 6. Sentuhan manusiawi (*Human Interest*)<sup>20</sup>: segala sesuatu yang menyentuh rasa kemanusiaan seseorang atau kelompok umum, yang dapat menggugah hati, dan minat.

Sementara menurut Djawoto menyebutkan bahwa sebuah berita haruslah mencakup lima unsur, yaitu :

<sup>20</sup> Sedia Wiling Barus, *Jurnalistik: Petunjuk Teknis Menulis Berita* (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama 2010), h. 31

\_

- 1. Benar;
- 2. Cepat;
- 3. Lengkap;
- 4. Objektif; dan
- 5. Tersusun dengan baik.

Berbeda dengan Djawoto, Dja'far H. Assegaff menyebutkan beberapa unsur yang harus ada dalam sebuah berita, yaitu:

- 1. Actual (terkini, kebaruan);
- 2. Jarak;
- 3. Penting (*Interest*);
- 4. Luar biasa (Extraordinary);
- 5. Akibat yang ditimbulkannya;
- 6. Ketegangan (Suspance);
- 7. Mengandung konflik;
- 8. Seks;
- 9. Kemajuan-kemajuan yang dimiliki (*Progress*);
- 10. Emosi;
- 11. Humor.

Meski muncul perbedaan pendapat diantara para ahli, namun pada dasarnya setiap unsur yang menjadi persyaratan memiliki keterkaitan satu sama lain dan saling menjelaskan atau mempertegas satu dengan yang lain. Yang menjadi perbedaannya ialah pada penekanannya. Media surat kabar memiliki penekanan yang berbeda dengan media radio,

televise, atau media social. Perbedaan pada penekanan juga bisa disebabkan oleh pengalaman dan latar belakang.

Sejumlah factor lain yang membuat sebuah kejadian memiliki nilai berita, ialah:

# 1. Keluarbiasaan (*Unusualness*)

Dalam pandangan jurnalistik, berita bukanlah suatu peristiwa biasa. Melainkan berita adalah suatu peristiwa atau kejadian yang luar biasa (*News is unusual*). Untuk menunjukkan suatu berita bukanlah suatu peristiwa yang biasa, maka Lord Northchliffe, pujangga sekaligus sditor di Inggris pada abad ke 18 menyatakan bahwa sebuah ungkapan yang kemudian sangat popular dan kerap dikutip oleh para teoritis dan praktisi jurnalistik.

Lord juga menegaskan (Mot, 1958 dalam Sumadiria, 2005:81), bahwa ada orang yang digigit anjing bukanlah sebuah berita, namun apabila ada orang yang menggigit anjing maka itulah yang dinamakan berita.

# 2. Informasi (Information)

Menurut Wibur Scharmm, informasi adalah segala hal yang bisa menghilangkan kepastian.karena tidak setiap informasi mengandung dan memiliki arti nilai berita. Setiap informasi yang yang tidak memiliki nilai berita, menurut pandangan Jurnalistik tidak layak untuk dmuat, disiarkan, dipublikasi di media massa. Hanya yang memiliki nilai berita dan memberi banyak manfaat kepada khalayak masyarakat yang patut mendapat perhatian media.

# 3. Kejutan (Surprising)

Kejutan merupakan sesuatu yang dapat mendatangkan hal-hal diluar dugaan, tidak direncanakan, dan diluar perhitungan. Kejutan bisa menunjuk pada ucapan dan perbuatan. Tetapi bisa juga yang menyangkut perihal binatang dan perubahan yang sedang terjadi pada lingkungan setempat atau lingkungan luar. Semua bisa mengundang dan menciptakan banyak informasi serta tindakan yang mengejutkan tanpa terfikir sebelumnya, serta tindakan yang mengejutkan, mengguncang dunia, seakan dunia akan hancur.

# 4. Syarat Berita

Ada beberapa syarat berita yang hendaknya dipenuhi menurut Husain Hasan dalam bukunya 'Seputar Jurnalistik', diantaranya yakni

## 1. Berita harus benar

Berita yang ditulis harus merupakan berita yang benar-benar terjadi atau berita yang berdasarkan dengan bukti-bukti actual. Berita yang tidak benar dapat mengakibatkan keresahan dalam masyarakat. Benar tidaknya menjadi tanggung jawab wartawan penulisnya. Apalagi dengan menyangkut pautkan seputar problematika dakwah, maka minimal harus ada unsur dakwah islam dalam sebuah berita tersebut.

## 2. Berita harus sederhana

Berita yang ditulis hendaknya sederhana. Sederhana baik dalam bentuk isi maupun sederhana dalam bentuk bahasanya. Kesederhanaan berita akan dapat menjangkau public dalam berbagai tingkat status social. Baik masyarakat cendekiawan maupun masyarakat awam.

Dalam hal ini berita tidak boleh dilebih-lebihkan atau pun dikurangi. Dengan kata lain jika terjadi peristiwa yang mengharuskan fakta itu menjadi berita, maka berita itu tidak boleh di lebih-lebihkan dalam memasukkan unsur teks di dalam berita tersebut.

# 3. Berita harus ringkas

Berita harus ditulis dalam bentuk yang padat atau ringkas. Segala hal yang bersifat pelengkap sebaiknya dihilangkan. Dalam penulisan berita harus langsung pada pokok pembicaraan. Tidak ringkasnya suatu berita akan menimbulkan kebosanan pada pembaca. Berita yang ringkas diharapkan agar pembaca tidak banyak menggunakan waktu dalam membaca suatu berita.

## 4. Berita harus jelas

Penulis berita harus berusaha menggunakan bahasa-bahasa yang mudah dimengerti. Penyampaian peristiwa harus jelas, tidak menggunakan bahasa-bahasa andaikan atau perumpamaan. Dimana peristiwa itu terjadi, kapan peristiwa itu terjadi, apa yang

menyebabkan peristiwa itu terjadi, siapa yang menjadi korban atau tersangka, dan siapa yang menjadi saksi atas peristiwa itu terjadi.

Jika berita tidak jelas, maka pembaca akan berfikir bagaimana bisa sebuah berita yang tak jelas bisa dimuat di media social. Maka dari itu sebelum di publikasi kan kepada masyarakat, terlebih dahulu di koreksi oleh tim editing. Dengan begitu masyarakat akan merasa puas dengan berita yang telah disajikan.

# 5. Berita harus hidup

Hidup dalam arti membangkitkan minat pembaca untuk membaca dan terus membaca. Berita juga harus berisi peristiwa yang termasa atau sedang hidup di kalangan pembaca. Wartawan ataupun reporter memiliki tugas yang sama, yakni mencari informasi yang menarik dan pada akhirnya dapat ditulis menjadi sebuah berita. Mustahil bila seorng wartawan atau reporter memiliki tulisan yang bagus namun tidak dapat menyampaikan berita yang telah di tuliskannya, atau bahkan tak dapat menyampaikan apa yang telah di liputnya.

Maka dari itu ada beberapa prinsip yang harus diketahui oleh wartawan atau reporter dalam menulis sebuah berita, salah satunya adalah syarat berita. Diantaranya sebagai berikut :

## a. Fakta

Berita merupakan fakta, bukan karangan (fiksi). Ada beberapa factor yang bisa menjadikan berita itu sebagai fakta diantaranya yaitu kejaidan nyata, pendapat narasumber dan pernyataan sumber berita. Pendapat narasumber atau pendapat pribadi wartawan atau reporter yang dicampur adukkan dalam sebuah pemberitaan yang dipublikasi bukanlah merupakan suatu fakta dan bukan pula sebagai karya jurnalistik.

# b. Objektif

Objektif, harus sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, tidak diperbolehkan melebihkan atau mengurangkan suatu kejadian hingga merugikan pihak yang diberitakan. Reporter atau wartawan dituntut agar berbuat adil, jujur dan tidak memihak, apalagi tidak jujur secara yuridis merupakan sebuah pelanggaran kode etik jurnalistik.

# c. Berimbang

Berita dianggap berimbang apabila reporter atau wartawan memberikan informasi kepada pembacanya, pendengarnya atau pemirsanya tentang semua detail penting dari suatu kejadian dengan cara cepat dan tepat. Porsinya pun harus sama, tidak boleh memihak atau tidak berat sebelah. Reporter atau wartawan harus mengabdi pada kebenaran ilmu atau kebanaran berita itu sendiri dan bukan mengabdi pada sumber berita yang perlu didukung dengan langkah-langkah konfirmasi dari pihak yang terkait dalam sebuah pemberitaan tersebut.

## d. Akurat

Tepat, cepat, dan tidak ada kesalahan. Akurasi memiliki pengaruh besar pada penilaian sebuah kredibilitas media maupun reporter itu sendiri. Akurasi merupakan ketepatan, bukan hanya pada letak detail spesifik saja namun juga terletak pada kesan secara umum, cara detail disajikan dan bagaimana cara penekanannya.

# e. Lengkap

Dalam praktik jurnalistik para pakar memberikan pedoman dalam menulis berita dengan menggunakan formula (rumusan) 5W + 1H. pedoman ini juga sering disebut sebagai syarat kelengkapan sebuah berita. Persyaratan atau kelengkapan ini pertama kali diperkenalkan oleh Kantor Berita Associated Press (AP)

Formula tersebut juga sering digunakan sebagai gaya penulisan berita AP. Bahkan formula ini banyak diadaptasi oleh berbagai ilmu social lainnya, yaitu komunikasi managemen dan managemen pemasaran. Berikut ringkasan dari formula yang maksud:

- Who: berita harus mengandung unsur "siapa". Siapa yang terlibat dalam kejadian (unsur orang atau manusia).
- What: kejadian apa yang terjadi atau sedang terjadi (unsur peristiwa).
- 3. Where: dimana kejadian itu terjadi (unsur tempat)

- 4. When: kapan kejadian itu terjadi (unsur waktu)
- 5. Why: mengapa peristiwa itu terjadi (unsur latar belakang atau sebab)
- 6. How: bagaimana kejadian terjadi (unsur kronologis peristiwa).

Berita bukan hanya menunjuk pada pers atau media massa dalam arti sempit dan tradisional, melainkan juga pada radio, televise, film, dan internet atau media massa dalam arti luas dan modern. Berita pada awalnya memang hanya milik surat kabar. Tetapi sekarang, berita juga telah menjadi 'darahdaging'radio, televise, dan internet. Tidak ada media tanpa berita, sama halnya berita tanpa media. Berita tampil sebagai kebutuhan dasar (*basic need*) masyarakat modern di seluruh dunia.

# 5. Manajemen Berita

Manajemen berita adalah menerapkan fungsi-fungsi manajemen sebagaimana telah dipaparkan sebelumnya pada sebuah berita. Penerapan tersebut dilakukan mulai dari perencanaan, peliputan/pemotretan, sampai dengan editing (penyuntingan)<sup>21</sup>, dan ditambah dengan publishing<sup>22</sup>.

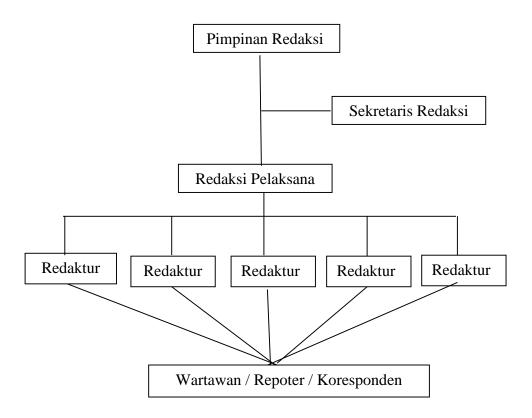
<sup>&</sup>lt;sup>21</sup> Sam Abede, *Manajemen Berita* (Surabaya: Papyrus, 2005), h 52

<sup>&</sup>lt;sup>22</sup> Penambahan referensi dari peneliti merujuk pada dosen pembimbing

### 6. Struktur dan Fungsi Redaksi

Pada proses pemberitaan terdapat *Staffing*<sup>23</sup> yang berfungsi untuk melaksanakan aktifitas pemberitaan.fungsi staffing adalah untuk menempatkan orang-orang yang terlibat langsung kedalam unit kerja bidang pemberitaan, yang merupakan fungsi vital karena menyangkut sang pelaksana.

Berikut penjelasan mengenai staffing:



# 1. Pimpinan Redaksi

Pimpinan Redaksi adalah orang pertama yang bertanggung jawabterhadap bidang redaksional (semua isi penerbitan pers).

Tugas utama Pemimpin Redaksi adalah mengendaliakn kegiatan

<sup>&</sup>lt;sup>23</sup> T. Hani Handoko, *Managemen*, Edisi II, hal. 24

keredaksian di perusahaannya yang meliputi penyajian data, penentuan liputan, pencarian focus pemberitaan, penentuan topic, pemilihan berita utama (*headline*), berita pembuka halaman (*opening news*), menugaskan atau membuat sendiri tajuk dan sebagainya. Baik dan buruk isi pemberitaan pada penerbitannya tergantung pada ketajaman Pimpinan Redaksi dalam mencari dan memilih materi pemberitaannya. Itu sebabnya pemimpin redaksi harus memiliki wawasan yang luas terhadap perkembangan situasi<sup>24</sup>.

## 2. Redaktur Pelaksana (*Managing Editor*)

Redaktur Pelaksana adalah jabatan untuk membantu Pimpinan Redaksi dalam tugas keredaksian sehari-hari. Dalam pelaksanaan tugas sehari-hari redaktur pelaksana mengatur pelaksanaan tugas sesuai dengan yang digunakan oleh pimpinan redaksi. Dalam keadaan tertentu, redaktur pelaksana bisa membebankan tugas kepada redaktur halaman (editor) sesuai dengan bidangnya masing-masing<sup>25</sup>.

## 3. Redaktur (*Editor*)

Redaktur merupakan petugas yang bertanggung jawab terhadap isi halaman portal online. Tugas redaktur adalah menerima bahan berita, baik dari kantor berita, wartawan, responden, atau bahkan *press release* dari lembaga, organisasi,

<sup>&</sup>lt;sup>24</sup> Totok Djuroto, *Managemen Penerbitan Pers* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), h. 18

<sup>&</sup>lt;sup>25</sup> Ibid. h. 10

instansi atau perusahaan swasta. Bahan berita kemudia diseleksi untuk dipilih mana yang layak untuk dimuat sengan segera (hari itu juga) dan mana yang bisa ditunda pemuatannya<sup>26</sup>.

# 4. Wartawan (*Reporter*)

Wartawan adalah seseorang yang bertugas mencari, mengumpulkan, dan mengolah informasi menjadi berita. Wartawan memang bertugas di akhir, namun wartawan merupakan ujung tombak redaksi<sup>27</sup>.

# B. Manajemen Berita Dakwah

#### 1. Berita Dakwah

#### a. Al-Naba'

Al-Naba' berasal dari kata naba'a yang masih seakar dengan kata al-anba' (menginvestigasi). Al-nabi'u (tempat yang lebih tinggi), dan al-nabiy (pembawa berita = nabi). Kata al-naba' dalam Al-Qur'an disebut sebanyak 29 kali; 17 kali dalam bentuk tunggal dan 12 kali dalam bentuk jamak. Penggunaan kata naba' dalam Al-Qur'an pada umumnya merujuk pada pemberitaan yang sudah dijamin kebenarannya, meskipun manusia belum mampu membuktikan secara empiric karena keterbatasan ilmu. Termasuk kedalam kategori ini ialah berita ghaib.

<sup>&</sup>lt;sup>26</sup> Ibid, h. 21

<sup>&</sup>lt;sup>27</sup> Totok Djuroto, Op.Cit, h. 74

Khususnya tentang hari kebangkitan. Selain itu terdapat penggunaan kata *naba'* dalam arti pemberitaan yang disampaikan Tuhan yang dapat diketahui manusia karena kemampuan ilmu yang dimiliki. Berita-berita tentang ummat terdahulu yang disampaikan Allah kepada Nabi Muhammad shallallahu 'alaihi wasallam, termasuk dalam bagian ini. Berita-berita tersebut antara lain disebut dalam Q.S. Hud (11): 100, 120:

"Itulah beberapa berita tentang negeri-negeri (yang telah dibinasakan) yang Kami ceritakan kepadamu (Muhammad). Di antara negeri-negeri itu sebagian masih ada bekas-bekasnya dan ada (pula) yang telah musnah".

Q.S Hud (11): 120

"Dan semua kisah rasul-rasul, kami ceritakan kepadamu (Muhammad), agar dengan kisah itu Kami teguhkan hatimu; dan di dalamnya telah diberikan kepadamu (segala) kebenaran, nasihat, dan peringatan bagi orang yang beriman."

Q.S. Thaha (20): 99, dan

"Demikianlah Kami kisahkan kepadamu (Muhammad) sebagian kisah (umat) yang telah lalu, dan sungguh telah Kami berikan kepadamu suatu peringatan (Al-Qur'an) dari sisi Kami.

Q.S Al-A'raf (7): 101.<sup>28</sup>

•

<sup>&</sup>lt;sup>28</sup> Lihat M. Galib Mattola, "*naba*" dalam Sahabuddin et al (ed), *Ensiklopedia Al-Qur'an: Kajian Kosakata*, vol 2 (Jakarta: Lentera Hati, 2007), h. 675

فَأَلْقَىٰ عَصَاهُ فَإِذَا هِيَ ثُعْبَانٌ مُّبينٌ

"Lalu (Musa) melemparkan tongkatnya, tiba-tiba tongkat itu menjadi ular besar yang sebenarnya.

Al-Naba' (berita yang penting), hanya digunakan apabila ada peristiwa yang sangat penting dan besar, berbeda dengan khabar, yang digunakan pada berita-berita sepele. Sementara itu, ulama mengatakan berita baru dinamai naba' apabila mengandung manfaat yang besar dalam pemberitaannya, adanya kepastian atau paling tidak dugaan besar tentang kebenarannya. Peyifatan pada kata al-naba' dengan kata al-'azhim (besar, agung) menunjukkan bahwa berita tersebut bukanlah hal biasa tetapi sudah luar biasa. Bukan hanya peristiwanya tetapi juga pada kejelasan dan bukti-buktinya, sehingga tidak dipertanyakan lagi.<sup>29</sup>

Satu-satunya kata *al-naba'* yang digunakan oleh pelaku fasik disebutkan dalam Q.S. Al-Hujurat (49): 6.

يَا أَيُهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَإٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

"Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik dating kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu."

-

<sup>&</sup>lt;sup>29</sup> M.Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, Vol 15 (Jakarta: Lentera Hati), 2002, h. 26

Kata *al-naba*' dalam ayat ini tidak memberikan pengertian bahwa berita yang disampaikan ialah benar, melainkan lebih menekankan agar ummat Islam lebih berhati-hati terhadap pemberitaan yang disampaikan oleh orang fasik. Dalam kasus yang direkam dalam ayat ini adalah pemberitaan tentang kemasyarakatan. Karena itu, jika tidak ditanggapi dengan penuh kehati-hatian dapat menimbulkan instabilitas dan disharmoni, bahkan dapat menyebabkan kekacauan. Perintah *tabayyun* dalam ayat ini dimaksudkan sebagai upaya menjaga kemungkinan timbulnya dampak negative sebagai akibat tidak selektif dalam menerima berita.<sup>30</sup>

# b. Al-Khabar

Secara etimologi, *khabar* terdiri dari huruf *kha, ba, ra* yang mengandung dua makna yakni ilmu dan menunjuk kepada yang halus dan lembut. *Khabar* merupakan bentuk dari *mashdar* (kata jadian atau bentukan), yang bermakna kabar dan berita<sup>31</sup>. Secara epistemologi, *khabar* adalah tentang laporan yang biasanya belum lama terjadi, namun tidak dikategorikan kedalam berita besar dan penting. Kata *khabar* disebutkan dalam kasus penerimaan wahyu dan pelantikan Nabi Musa as. Menjadi Rasul

.

<sup>&</sup>lt;sup>30</sup> Lihat M. Galib Mattola, "*naba*" dalam Sahabuddin et al (ed), *Ensiklopedia Al-Qur'an: Kajian Kosakata*, vol 2 (Jakarta: Lentera Hati, 2007), h. 676

<sup>&</sup>lt;sup>31</sup> Abu Al-Husain Ahmad, Mu'jam Maqoyiz fi Al-Lughoh (Cet I; (Beirut: Dar al-Fikr, 1994), h. 339

Allah yang disebutkan dalam Q.S. An-Naml (27): 7, dan Q.S al-Qashash (28): 29.

Dalam Q.S. An-Naml (27): 7,

"disebutkan "(Ingatlah) ketika Musa berkata kepada keluarganya: sesungguhnya aku melihat api. Aku kelak akan membawa kepadamu khabar daripadanya, atau aku membawa kepadamu suluh api supaya kamu dapat berdiang."

Q.S al-Qashash (28): 29.

"Maka ketika Musa telah menyelesaikan waktu yang ditentukan itu dan dia berangkat dengan keluarganya, dia melihat api di lereng gunung. Dia berkata kepada keluarganya, "Tunggulah (disini), sesungguhnya aku melihat api, mudah-mudahan aku dapat membawa suatu berita kepadamu dari (tempat) api itu atau (membawa) sepercik api, agar kamu dapat menghangatkan badan."

#### c. Al-Hadits

Hadits berasal dari Bahasa Arab yakni, hadasa, yahdusu, hadisan, berarti al-jadid, yang baru. Merupakan lawan dari kata al-qadim (yang lama). Hadits adalah "sesuatu yang baru" atau berita. Orang baru masuk Islam 'misal', dapat disebut rajul hadas al-sinn, orang dalam 'berita'. Hadits dalam makna berita antara lain disebutkan dalam Q.S. al-A'raf (7): 185,

أُوَلَمْ يَنظُرُوا فِي مَلَكُوتِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَا خَلَقَ اللَّهُ مِن شَيْءٍ وَأَنْ عَسَىٰ أَن يَكُونَ قَدِ اقْتَرَبَ أَجَلُهُمْ ﴿ فَهِأَ مَا كُونِ بَعْدَهُ يُؤْمِنُونَ

"Dan apakah kalian tidak memperhatikan kerajaan langit dan bumi dan segala sesuatu yang diciptakan Allah, dan kemungkinan telah dekatnya kebinasaan mereka? Maka kepada berita mana lagi mereka akan beriman selain kepada Al-Qur'an itu?."

Hadits merupakan sinonim dari kata *khabar* atau berita dalam arti umum. Masa-masa awalnya hadits tidak saja berita dari Rasulullah saw, tetapi juga berita-berita lain, termasuk Al-Qur'an. Ini terlihat antara lain dalam ucapan Ibn Mas'ud, "sebaik-baik hadits adalah kitab Allah dan sebaik-baik petunjuk aladah Muhammad".

Hadits secara Bahasa artinya percakapan atau perkataan. Dalam terminology Islam perkataan yang dimaksudkan adalah perkataan dari Nabi Muhammad saw. Hadits sebagai sumber hokum dalam agama memiliki kedudukan kedua pada tingkatan sumber hokum di bawah Al-Qur'an. Arti umum hadits dalam perkembangannya terjadi penyempitan sehingga akhirnya kalua dikatakan hadits maka tertuju pada apa yang dinisbatkan kepada Rasulullah saw.<sup>32</sup>

<sup>32</sup> Ilham Badu, *Berita Terorisme dalam Perspektif Media Cetak; Studi Kasus Koran Republika dan Koran Kompas*, h. 17

-

### d. Al-'Ifk

Al-'Ifk disebutkan dalam berbagai bentuk sebanyak 22 kali dalam Al-Qur'an. Kata al'ifk digunakan dalam Al-Qur'an untuk arti sebgai berikut:

 Perkataan dusta, yakni perkataan yang tidak sesuai dengan kenyataan. Ia disebutkan dalam kasus istri Rasulullah saw.
 Aisyah ra. (Q.S. An-Nur (24): 11.

"Sesungguhnya orang-orang yang membawa berita bohong itu adalah golongan kamu (juga). Janganlah kamu mengira berita itu buruk bagi kamu bahkan itu baik bagi kamu. Setiap orang dari mereka akan mendapat balasan dari dosa yang diperbuatnya. Ban barang siapa di antara mereka yang mengambil bagian terbesar (dari dosa yang diperbuatnya), dia mendapat azab yang besar (pula)."

- Kehancuran suatu negeri karena penduduknya tidak membenarkan ayat-ayat Allah, termaktub dalam Q.S. At-Tawbah (9): 70.
- Dipalingkan dari kebenarakan karena mereka selalu berdusta, seperti dalam Q.S. Al-Ankabut (29): 61.

"Dan jika engkau bertanya kepada mereka, "Siapakah yang menciptakan langit dan bumi dan menundukkan matahari dan bulan?" Pasti mereka akan menjawab, "Allah". Maka mengapa mereka bisa dipalingkan (dari kebenaran)."

Kata 'ifk diartikan dengan "perkataan bohong" digunakan Al-Qur'an untuk melukiskan:

- Kebohongan orang kafir tentang sembahan mereka yang dapat memberi syafaat bagi yang menyembahnya (Q.S. al-Ankabut (29)): 17.

إِنَّمَا تَعْبُدُونَ مِن دُونِ اللَّهِ أَوْثَانًا وَتَخْلُقُونَ إِفْكَا ۚ إِنَّ الَّذِينَ تَعْبُدُونَ مِن دُونِ اللَّهِ لَا يَعْبُدُونَ مِن دُونِ اللَّهِ لَا يَعْبُدُونَ لَكُمْ رِزْقًا فَابْتَغُوا عِندَ اللَّهِ الرِّزْقَ وَاعْبُدُوهُ وَاشْكُرُوا لَهُ ۖ إِلَيْهِ تُرْجَعُونَ يَمْلِكُونَ لَكُمْ رِزْقًا فَابْتَغُوا عِندَ اللَّهِ الرِّزْقَ وَاعْبُدُوهُ وَاشْكُرُوا لَهُ ۖ إِلَيْهِ تُرْجَعُونَ

"Sesungguhnya yang kamu sembah selain Allah hanyalah berhala-berhala, dan kamu membuat kebohongan. Sesungguhnya apa yang kamu sembah selain Allah itu tidak mampu memberikan rezeki kepadamu; maka mintalah rezeki dari Allah, dan sembahlah Dia dan bersyukurlah kepada-Nya. Hanya kepada-Nya kamu akan dikembalikan.

- Kebohongan orang kafir yang mengatakan bahwa Allah beranak (Q.S. As-Saffat (37)): 151.

- " Ingatlah, sesungguhnya di antara kebohongannya mereka benar-benar mengatakan."
- Kebohongan orang kafir yang mengatakan bahwa Al-Qur'an itu tidak memberi petunjuk bagi manusia (Q.S. Al-Ahqaf (46)): 11.

"Dan orang-orang yang kafir berkata kepada orang-orang yang beriman, "Sekiranya Al-Qur'an itu sesuatu yang baik, tentu mereka tidak pantas mendahului kami (beriman) kepadanya. "Tetapi karena mereka tidak mendapat petunjuk dengannya, maka mereka akan berkata, "Ini adalah dusta yang lama".

 Kebohongan orang munafik yang mengatakan bahwa sahabat Rasulullah berbuat skandal dengan istri Rasul (Q.S.

An-Nur (24)): 11-12.<sup>33</sup>

"Sesungguhnya orang-orang yang membawa berita bohong itu adalah golongan kamu (juga). Janganlah kamu mengira berita itu buruk bagi kamu bahkan itu baik bagi kamu. Setiap orang dari mereka akan mendapat balasan dari dosan yang diperbuatnya. Dan barang siapa di antara mereka yang mengambil bagian terbesar (dari dosa yang diperbuatnya), dia mendapat azab yang besar (pula)."

"Mengapa orang-orang mukmin dan mukminat tidak berbaik sangka terhadap diri mereka sendiri, ketika kamu mendengar berita bohong itu dan berkata, "Ini adalah (suatu berita) bohong yang nyata."

/

# 2. Pengertian Berita Dakwah

Dakwah berasal dari bahasa arab "da'wah". Dakwah mempunyai tiga huruf asal, yaitu dal, 'ain, wawu. Dari ketiga huruf asal ini, terbentuk beberapa kata dengan ragam makna. Maknamakna tersebut adalah memanggil, mengundang, meminta tolong, menamakan, menyuruh, datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendoakan, menangisi, dan meratapi (Ahmad Warson Munawwir, 1997: 406).

-

<sup>&</sup>lt;sup>33</sup> Lihat Fauzi damrah, "ifk" h. Dalam Sahabuddin et al (ed), Ensiklopedia Al-Qur'an, Vol. 1, h. 342

Kamus Besar\_Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan dakwah sebagai berikut:

- 1. Penyiaran;
- 2. Propaganda;
- Penyiaran agama dan pengembangannya di kalangan masyarakat;
- Seruan untuk memeluk, mempelajari, dan mengamalkan ajaran agama (Islam)<sup>34</sup>

Dapat disimpulkan, berita dakwah adalah proses peliputan dan pelaporan peristiwa yang mengandung pesan dakwah berupa ajakan ke jalan Allah SWT, yakni mengimani dan mengamalkan syariat Islam.

Setiap berita, artikel opini, ataupun feature yang mengandung seruan secara langsung dan tidak langsung, tersurat ataupun tersurat, untuk beriman, berbuat baik (beramal saleh), dan bertakwa kepada Allah SWT masuk dalam kategori jurnalistik dakwah.

Berita, artikel, feature, pun program radio dan televisi yang mengekspos tentang keindahan dan kebenaran Islam juga termasuk dalam jurnalistik dakwah. Demikian pula peliputan

\_

<sup>&</sup>lt;sup>34</sup> Pengertian Dakwah, dalam <a href="https://romeltea.com/pengertian-jurnalistik-dakwah/">https://romeltea.com/pengertian-jurnalistik-dakwah/</a> (Diakses 16 Maret 2019 pukul 1:20 WIB)

atau pemberitaan positif tentang Islam dan kaum Muslim termasuk berita dakwah.

Adapun beberapa hadits yang berbicara mengenai seputar berita:

Tergesa-gesa dalam menyebarkan berita. pada jaman ini, ketika arus informasi demikian mudahnya diakses, seringkali tanpa berpikir panjang kita langsung menyebarkan semua berita dan informasi yang diterima tanpa adanya meneliti kebenarannya. Saat kita dengan mudah menyebarkan berita, entah secara langsung maupun tidak, timbullah akibat dari berbagai macam kerusakan, seperti kekacauan, provokasi, ketakutan, atau kebingungan ditengah-tengah masyarakat akibat berita tersebut. Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam dengan tegas mengatakan, "Cukuplah seseorang dikatakan sebagai pendusta apabila dia mengatakan semua yang didengar." (HR. Muslim no.7). jangan pula kita tergesa-gesa dalam menyebarkan berita, karena sikap yang seperti ini berasal dari setan. Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda, "Ketenangan datangnya dari Allah, sedangkan tergesa-gesa datangnya dari setan." (HR. Al-Baihaqi dalam As-Sunan Al-Kubra 10/104 dan Abu Ya'la dalam Musnad-nya 3/1054).

b. Hukuman bagi yang sembarangan menyebar berita. bagi kita yang suka tergesa-gesa dalam menyebarkan berita, maka hukuman di akhirat kelak telah menanti kita. Dari Samurah bin Jundub *radhiyallahu 'anhu* bahwasannya Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam menceritakan mimpi beliau, "Tadi malam aku bermimpi melihat dua orang mendatangiku, lalu mereka memegang tanganku, kemudian mengajakku keluar ke tanah lapang. Kemudian kami melewati dua orang, yang satu berdiri di dekat kepala temannya dengan membawa gancu dari besi. Gancu itu dimasukkan ke dalam mulutnya, kemudian ditarik hingga robek pipinya sampai ke tengkuk. Dia Tarik kembali, lalu dia masukkan lagi ke dalam mulut dan dia Tarik hingga robek pipi satunya. Kemudian bekas pipi robek tadi kembali pulih dan dirobek lagi, dan begitu seterusnya.". diakhir hadits, Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam mendapat penjelasan dari malaikat, apa maksud kejadian yang beliau lihat, "Orang pertama yang kamu lihat, dia adalah seorang pendusta. Dia membuat kedustaan dan dia sebarkan ke seluruh penjuru dunia. Dia dihukum seperti itu sampai hari kiamat, kemudian Allah memperlakukan orang tersebut sesuai yang Dia kehendaki." (HR. Ahmad no. 20165) [2]. Apabila kita telah berusaha untuk meneliti kebenarannya, namun belum bisa memastika apakah itu

benar, maka diam membuat kita selamat. Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda, "Barang siapa yang diam, dia selamat." (HR. Tirmidzi no. 2501) [3]

c. Tertanyalah, adakah manfaat menyebarkan berita tertentu. Jika kita sudah bisa memastikan kebenarannya, apakah sudah cukup sampai disitu saja? Tentu saja tidak. Tetapi, lebih dilihat lagi adakah manfaat dari menyebarkan berita (yang terbukti benar) tersebut? Jika tidak ada manfaatnya atau malah menimbulkan salah paham, keresahan atau kekacauan di tengah-tengah masyarakat dan hal-hal yang tidak diinginkan, maka hendaknya tidak langsung di sebar, minimal menunggu waktu yang tepat. Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda, "Barang siapa beriman kepada Allah dan hari akhir, hendaklah berkata baik atau diam." (HR. Bukhari no. 6018 dan Muslim no, 74).

Rasulullah *shallallahu 'alaihi wa sallam* pernah melarang Mu'adz bin Jabal *radhiyallahu 'anhu* untuk menyebarkan ilmu yang dia peroleh karena khawatir akan menimbulkan salah paham di tengah-tengah kaum muslimin. Diriwayatkan dari Muadz bin Jabal *radhiyallahu 'anhu*, "Rasulullah *shallallahu 'alaihi wa sallam* bersabda kepadaku, 'Wahai Mu'adz, apakah kamu tahu apa hak Allah yang wajib dipenuhi oleh para hamba dana pa hak

hamba yang wajib dipenuhi oleh Allah?' Aku menjawab, 'Allah dan Rasul-Nya yang lebih mengetahui.' Beliau pun bersabda, 'Hak Allah yang wajib dipenuhi oleh para hamba-Nya ialah supaya mereka beribadah kepada-Nya saja dan tidak berbuat syirik sedikitpun kepada-Nya. Adapun hak hamba yang wajib dipenuhi oleh Allah adalah Allah tidak akan mengadzab mereka yang tidak berbuat syikir kepada-Nya.' Lalu aku berkata, 'Wahai Rasulullah, bagaimana kalau aku mengabarkan berita gembira ini kepada banyak orang?' Rasulullah menjawab, 'jangan, nanti mereka bisa bersandar." (HR. Bukhari no. 2856 dan Muslim no 154).

Mari perhatikan baik-baik hadits ini. Dalam hadits ini, Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam menyampaikan suatu berita (ilmu) kepada Mu'adz bin Jabal, namun beliau melarang Mu'adz bin Jabal untuk menyampaikannya kepada sahabat lain, karena beliau shallallahu 'alaihi wa sallam khawatir kalau mereka salah paham terhadap kandungan hadits ini. Dimana artinya, ada suatu kondisi sehingga kita hanya menyampaikan suatu berita kepada orang tertentu. Dengan kata lain, terkadang ada suatu maslahat (kebaikan) ketika menyembunyikan atau tidak menyampaikan suatu ilmu pada waktu dan kondisi

tertentu, atau tidak menyampaikan suatu ilmu kepada orang tertentu. [4]

Mu'adz bin Jabal akhirnya menyampaikan hadits ini ketika beliau hendak wafat karena beliau khawatir ketika beliau wafat, namun masih ada hadits yang beliau sampaikan kepada manusia. Mu'adz bin Jabal juga menyampaikan kekhawatiran Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam ketika itu, agar manusia tidak salah paham dengan hadits tersebut. [5]<sup>35</sup>

# 3. Layak Berita Dakwah

Jika kita mau merujuk pada empat sifat Nabi Muhammad Shalallahu Alaihi Wasallam, maka itu dapat menjadi hubungan antara kelayakan sebuah berita dalam dakwah, yakni:

a. Shiddiq artinya benar. Bukan hanya perkataannya yang benar, tapi juga perbuatannya juga benar. Sejalan dengan ucapannya. "Dan tidaklah yang diucapkannya itu (Al-Qur'an) menurut kemauan hawa nafsunya. Ucapannya itu tiada lain hanyalah wahyu yang diwahyukan kepadanya" [An Najm 4-5]. Seorang supporter harus membawa berita yang benar sebelum di sebar ke khalayak umum.

<sup>&</sup>lt;sup>35</sup> Muhammad Saifuddin Hakim, Petunjuk Syariat dalam Menerima dan Menyebar (Share) Berita, https://muslim.or.id/31810-petunjuk-syariat-dalam-menerima-dan-menyebar-share-berita.html, (Diakses pada hari Selasa Pukul 02.49)

- b. Amanah artinya benar-benar bisa dipercaya. Jika itu urusan diserahkan kepada-Nya, niscaya orang percaya bahwa urusan itu akan dilaksanakan dengan sebaik-baiknya. "Aku menyampaikan amanat-amanat Tuhanku kepadamu dan aku hanyalah pemberi nasihat yang terpercaya bagimu" [Al A'raf 68]. Seorang reporter harus bisa dipercaya dalam membawakan sebuah cerita.
- c. Tabligh artinya menyampaikan segala firman Allah yang ditujukan oleh manusia, disampaiakan oleh Nabi. Tidak ada yang disembunyikan meski itu menyinggu Nabi.
- d. Fathonah artinya cerdas. Seorang reporter harus cerdas dalam memilih berita yang akan di sebarkan ke khalayak umum, jika berita itu tidak penting maka tidak perlu di sebarkan.

### 4. Manajemen Berita Dakwah

Manajemen berita dakwah merupakan proses menyelesaikan pekerjaan yang dilakukan mulai dari perencanaan, peliputan, penulisan atau pemotretan, sampai dengan editing atau penyuntingan yang mengandung pesan dakwah berupa ajakan ke jalan Allah SWT, yakni mengimani dan mengamalkan syariat Islam.

#### F. Media Online

Dalam hal ini peneliti memakai media KlikMU.co sebagai penelitian yang mana KlikMU.co sendiri merupakan media yang memuat berita dalam bingkai media massa atau online. Pengertian Media massa dalam bahasa inggris berpadanan dengan kata 'mass media' yang bermakna alat penghubung<sup>36</sup>. Media massa menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (Depdikbud, 1992:640) bermakna sarana atau saluran resmi sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita dan pesan kepada masyarakat luas. Sarana komunikasi itu dapat berupa surat kabar, majalah, buku, radio, dan televise. Jadi media massa mengarah kepada alat yang dipergunakan untuk menyampaikan informasi.

#### 1. Pengertian Jurnalistik Online

Jurnalistik online (*Online Journalism*) yang juga disebut *cyber journalism*, jurnalistik internet, dan jurnalistik web (*web journalism*)

merupakan generasi baru jurnalistik setelah era jurnalistik

konvensional (jurnalistik cetak, seperti Koran) dan jurnalistik

penyiaran (*broadcast journalism* – radio dan televisi)<sup>37</sup>.

Singkatnya jurnalistik diartikan sebagai pemberitaan sebuah peristiwa. Sedangkan online diartikan sebagai keadaan konektivitas (ketersambungan) yang terhubung ke saluran internet atau *world wide web* (www). Dalam bahasa internet, inline diartikan sebagai informasi

<sup>3737</sup> Rahmad Harianto, *Dasar Jurnalistik* (Surabaya: November 2014), h. 118

<sup>&</sup>lt;sup>36</sup> Husain Yunus, *Seputar Jurnalistik* (Solo: Agustus 1996), h.28

yang dapat diakses di mana saja dan kapan saja selama masih ada jaringan internet dan terhubung dalam konektivitas internet.

Jika di definisikan secara sempit maka dapat kita ketahui beberapa bahasa lain diantaranya yakni:

- a. Internet memiliki dua kalimat di dalamnya yakni interconnection-networking yang memiliki arti jaringan antarkoneksi. Diketahui bahwa internet dipahami sebagai system jaringan computer yang saling terhubung. Internet menghasilkan sebuah media yang dikenal dengan media online khususnya website.
- b. Website atau site (*situs*) merupakan halaman yang yang mengandung konten (media) termasuk audio, gambar, teks, video. Website dapat diakses dengan internet dan memiliki alamat internet yang dikenal dengan URL (*Uniform Resource Locator*) yang biasa kita kenal dengan singkatan www atau http:// (*Hypertext Transfer Protocol*)

Maka dengan demikian jurnalistik online bisa diartikan sebagai proses penyampaian informasi melalui internet, utamanya website. Dalam kamus Wikipedia, jurnalisme online diartikan sebagai pelporan fakta yang diproduksi dan disebarkan melalui internet. Karena merupakan perkembangan yang baru dalam dunia media, maka website pun dikenal dengan sebutan media baru.

# 2. Sejarah Jurnalistik Online

Pada tanggal 17 Januari 1998 disebut juga sebagai tonggak sejarah kelahiran jurnalistik online, ketika Mark Druge hanya berbekal sebuah leptop dan juga modem., mempublikasikan sebuah kisah perselingkuhan Presiden Amerika Serikat yakni Bill Clinton dengan wanita bernama Monica Legwinsky di website Druge Report, setelah majalah Newsweek dikabarkan menolak untuk memuat kisah skandal seks hasil investigasi Michael Isikoff.

Kemunculan dan perkembangan dunia jurnalistik online di Indonesia dimulai dengan adanya berita yang menggegerkan, yakni berakhirnya era pemerintahan orde baru saat Soeharto mengundurkan diri pada tanggal 21 Mei 1998. Berita pengunduran diri Soeharto tersebar luas melalui mailing list yang sudah dikenal lama di kalangan aktivis demokrasi dan mahasiswa.

Seiring dengan adanya euphoria reformasi, neragam media online pun turut hadir, seperti detik.com, didik.com, mandiri-online.com, serta berpolitik.com yang disebut sebagai pioneer jurnalistik online di Indonesia, lalu diikuti dengan kehadiran tiga situs besar yaitu Astaga.com, Satunet.com, dan Kafegaul.com.

Hingga saat ini, sejarah jurnalistik online didominasi oleh situs-situs berita yang merupakan edisi online surat kabar, meskipun belakangan ini kontennya menjadi berbeda.

### 3. Prinsip Jurnalistik Online

Ada lima prinsip dasar jurnalistik online menurut Paul Bradshaw dalam Basic Principal of Online Journalism<sup>38</sup>.

- a. *Brevity* (Keringkasan). Berita online dituntut untuk bisa bersifat ringkas dan sederhana namun menyesuaikan kehidupan manusia dan tingkat kesibukannya yang semakin tinggi. Saat ini di era serba digital, manusia memiliki sedikit waktu dengan banyaknya kepadatan aktivitas, maka dari itu jurnalisme online ada baiknya berisi tulisan yang ringkas. Ini juga disesuaikan dengan salah satu kaidah bahasa jurnalistik KISS, dimana memiliki singkatan Keep It Short and Simple. Maka dengan demikian buatlah naskah berita yang sederhana namun ringkas.
- b. Adaptability (Adaptasi). Selain berita online, wartawan online pun dituntut untuk agar bisa menyesuaikan diri ditengah kebutuhan dan preferensi public. Dengan adanya kemajuan teknologi yang serba digital ini, jurnalis harus mampu menyajikan berita dengan cara membuat berbagai keragaman cara, seperti dengan persediaan format suara, video, gambar.
- c. Scannability (Dapat dipindai). Untuk memudahkan audiens, situs yang terkait dengan jurnalistik online hendaknya memiliki sifat untuk bisa dipindai, agar pembaca tidak perlu merasa terpaksa dalam membaca informasi ataupun berita.

-

<sup>&</sup>lt;sup>38</sup> Rahmad Harianto, *Dasar Jurnalistik* (Surabaya: November 2014), h. 120

- d. Interactivity (Interaktivitas). Komunikasi masyarakat kepada jurnalis dalam jurnalisme online sangat dimungkinkan dengan adanya akses yang semakin luas. Disini pembaca dibiarkan untuk menjadi pengguna. Ini sangat penting karena audiens merasa dirinya dilibatkan, maka mereka akan semakin dihargai dan senang membaca berita.
- e. Community dan conversation (Komunitas dan percakapan).

  Media online memiliki peran yang besar dibandingkan dengan media cetak atau media konvensional, dimana sebagai penjaring komunitas. Jurnalis online harus memberi jawaban atau timbal balik kepada public sebagai sebuah balasan atas interaksi yang dilakukan public.

#### 4. Karakteristik Jurnalistik Online

Karakteristik Jurnalistik Online dibagi menjadi dua bagian, yakni bagian pertama berupa "karakteristik primer" dan bagian kedua berupa "karakteristik sekunder" yang menjadi keunggulan jurnalistik multimedia ini dibandingkan jurnalistik konvensional (cetak/elektronik). Karakteristik primer tersebut ialah :

- Unlimited Space. Memungkinkan halaman (page) tak terbatas.
   Ruang bukan masalah. Artikel dan berita bisa sepanjang dan selengkap mungkin, tanpa batas.
- 2. Audience Control. Memungkinkan audiens (reader, user, visitor) lebih leluasa memilih berita/informasi.

- 3. *Nonlienarity*. Tiap berita berdiri sendiri sehingga audiens tidak harus membaca secara berurutan.
- Storage and retrieval. Memungkinkan berita "abadi", tersimpan (terarsipkan) dan bisa diakses kembali dengan mudah kapan dan di mana saja.
- Immediacy. Menjadikan informasi bisa disampaikan secara sangat cepat dan langsung.
- 6. *Multimedia Capability*. Memungkinkan sajian berita berupa teks, suara, gambar, video, dan komponen lainnya sekaligus.
- 7. *Interactivity*. Memungkinkan interaksi langsung antara redaksi (wartawan) dengan audiens, seperti melalui kolom komentar dan social media sharing. (James C.Foust, *Online Journalism: Principle and Practices of News for The Web [2005]*).

Sedangkan untuk karakteristik sekunder, meliputi hal berikut ini :

- Produksi berita online lebih mudah dan murah ketimbang produksi berita cetak dan elektronik.
- Memungkinkan semua orang menjadi wartawan atau memproduksi dan menyebarluaskan informasi (everybody can be journalist).
- 3. Tidak mengenal deadline. Berita dapat dipublikasikan (posting) dan diedit kapan dan di mana saja.
- 4. Berita tersebar dengan cepat. Internet saat ini merupakan cara tercepat penyebaran berita (the fastest way to report news).

53

5. Sirkulasi media/berita online bisa menjangkau seluruh dunia,

tidak seperti di media cetak dan elektronik (radio/TV) yang

terbatas.

6. Banyak elemen yang bisa ditambahkan untuk melengkapi

sebuah berita (news story), seperti video, kotak komentar,

gambar bergerak (moving image), hyperlink, berita terkait

(related news), dan sebagainya.

7. Kesalahan dalam berita atau artikel dapat dengan mudah

dikoreksi dan di-update.

Online journalism does not create a lot of jobs. Jurnalistik Online

tidak membutuhkan banyak orang (karyawan), bahkan bisa dilakukan oleh

satu orang saja<sup>39</sup>.

D. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Dengan mencoba mencari di Digital Library diberbagai kepustakaan

di perguruan tinggi di Surabaya maupun diluar Surabaya, penelitian

mengenai studi kasus Managemen Berita yang dikaji oleh para calon

sarjana. Salah satu yang menjadi objek dalam penelusuran ini adalah

kepustakaan online sebagai berikut:

1. Universitas Islam Negeri Sunan Kali Jaga Yogyakarta. Peneliti

menemukan hasil penelitian dari mahasiswa Nur Saipan Kamal dengan

judul skripsi "Managemen Pemberitaan di Surat Kabar Harian Jogja",

<sup>39</sup> Asep Syamsil M. Romli, Media Online: Pengertian dan

Karakteristik, http://komunikasi.uinsgd.ac.id/jurnalistik-online-istilah-definisi-dan-

karakteristik/(Diakses pada 12 Maret 2019 pukul 21:48 WIB)

yang ditulis pada tahun 2009. Adapun persamaan dan perbedaan dapat dilihat antara peneliti diatas dengan penelitian yang penulis lakukan antara lain sebagai berikut:

- Persamaannya, yakni ada pada managemen berita, dan sama-sama menggunakan metode penelitian studi kasus
- Perbedaannya, yakni *pertama* penelitian yang dilakukan penulis berfokus pada managemen media *online*, sedangkan penelitian yang dilakukan Nur Saipan Kamal lebih berfokus kepada media *cetak*.
- 2. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Peneliti menemukan hasil penelitian dari mahasiswa Kholifatur Rizqiyah dengan judul skripsi "Hidayatullah.com Sebagai Media Dakwah Mandiri (Strategi Managemen Redaksi dalam pelaksanaan Dakwah dan Daya Tarik Ummat Melalui Situs Berita Online)", yang ditulis pada tahun 2016.

Adapun persamaan dan perbedaan dapat dilihat antara peneliti diatas dengan penelitian yang penulis lakukan antara lain sebagai berikut:

- Persamaannya, yakni ada pada managemen berita, dan sama-sama menggunakan metode penelitian studi kasus, dan juga sama-sama meneliti tentang portal berita online.
- Perbedaannya, yakni penelitian milik Kholifatur Rizqy memakai metode analisis dokumentasi, sedangkan peneliti tidak memakai metode analysis dokumentasi.
- Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Peneliti menemukan hasil penelitian dari mahasiswa Hidayat dengan judul

skripsi "Management Siaran Dakwah (Studi Kasus di televisi-KU UNIDUS Semarang", yang ditulis pada tahun 2009.

Adapun persamaan dan perbedaan dapat dilihat antara peneliti diatas dengan penelitian yang penulis lakukan antara lain sebagai berikut:

- Persamaannya, yakni pada managemen dakwah, dimana mahasiswa

  Hidayat dan peneliti sama-sama memiliki persamaan pada

  pengambilan penelitian di managemen dakwah
- Perbedaannya, yakni peneliti menggunakan Berita sedangkan mahasiswa Hidayat menggunakan siaran televisi sebagai media nya.
- Universitas Islam Indonesia. Peneliti menemukan hasil penelitian dari mahasiswa Dhenok Esthi Prasetyanti dengan judul skripsi Manajemen Redaksi Media Online Tirto.id Dalam Upaya Mewujudkan Jurnalisme Data yang ditulis pada tahun 2018.

Adapun persamaan dan perbedaan dapat dilihat antara peneliti diatas dengan penelitian yang penulis lakukan antara lain sebagai berikut:

- Persamaannya, yakni pada teori manajemen, dimana mahasiswa
   Dhenok dan peneliti sama-sama memiliki persamaan pada teori yang digunakan
- Perbedaannya, yakni peneliti menggunakan media online Klikmu.co sedangkan mahasiswa Dhenok menggunakan media online Tirto.id.
- 5. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Peneliti menemukan hasil penelitian dari mahasiswa Iftitah Jafar dengan judul skripsi Konsep Berita dalam Al-Qur'an (Implikasi dalam Sistem Pemberitaan di Media Sosial) yang ditulis pada tahun 2017.

Adapun persamaan dan perbedaan dapat dilihat antara peneliti diatas dengan penelitian yang penulis lakukan antara lain:

- Persamaannya ialah mengacu pada berita dalam Al-Qur'an
- Perbedaannya ialah, penulis menggunakan teori manajemen berita dakwah, sedangkan penelitian pada mahasiswa Iftitah langsung pada pengertian berita dalam Al-Qur'an



# **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian tentang realitas yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis Miles dan Huberman. Proses dan makna (perspektif subjek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar focus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian baik berupa perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, maupun yang lainnya. Secara holistic dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah<sup>40</sup>. Sebagaimana di jelaskan oleh Jhon W. Creswell:

"Penelitian kualitatif adalah sebuah penelitian yang menyelidiki dan memahami makna individu atau mengatribusikan masalah manusia atau social, proses dalam penelitian ini melibatkan pertanyaan yang muncul dan cara kerjanya, biasanya data dikumpulkan dalam lingkungan secara induktif analisis data dibangun dari tema yang spesifik kearah yang umum, dan peneliti membuat tafsiran terhadap esensi datanya."

57

<sup>&</sup>lt;sup>40</sup> Lexy J Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), h. 6.

Sedangkan dalam penelitian kualitatif, peneliti bertolak dari data dan memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjelas, dan berakhir dengan suatu teori. Hasil dari penelitian kualitatif juga dapat memunculkan teori atau konsep baru apabila hasil penelitiannya bertentangan dengan teori dan konsep yang sebelumnya dijadikan sebagai kajian dalam penelitian<sup>41</sup>. Kriyantato menyatakan bahwa "riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya."

Penelitian ini menggunakan format deskriptif bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai variable yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian. Kemudian menarik ke permukaan sebagai suatu ciri atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun variable tertentu. Format deskriptif ini dapat dilakukan pada penelitian studi kasus dan survey, sehingga ada format deskriptif studi kasus dan format deskriptif survei<sup>42</sup>.

Format deskriptif studi kasus tidak memiliki ciri-ciri pemairan atau menyebar di permukaan, tetapi memusatkan diri pada suatu unit tertentu dari berbagai variable. Dari ciri yang demikian memungkinkan studi ini dapat amat mendalam dan memang kedalaman datalah yang menjadi pertimbangan dalam penelitian model ini. Maka dari itu penelitian ini

rivantato Rachmat *Toknik Praktis Riset Komun* 

<sup>&</sup>lt;sup>41</sup> Kriyantato, Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Jakarta: 2006)

<sup>&</sup>lt;sup>42</sup> Burhan Bungin, Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi (Jakarta: 2013), hal. 48

bersifat mendalam dan menusuk sasaran penelitian. Tentunya untuk mencapai maksud ini peneliti membutuhkan waktu yang cukup lama<sup>43</sup>.

Alasan peneliti menggunakan metode kualitatif yakni kemudahan pada proses perilaku subyek tentang manajemen berita dakwah. Penelitian dalam menganalisis data-data dan informasi, serta berupa fenomena. Metode ini relative lebih mudah untuk digunakan. Sedangkan untuk jenis penelitian yang akan digunakan peneliti dalam penelitian ini ialah jenis penelitian studi kancah / field research. Metode deksriptif digunakan untuk menghimpun data aktual<sup>44</sup>. Dan dalam penggunakan metode penelitian, peneliti menggunakan metode penelitian studi kasus yang dimana studi kasus ialah sebuah eksplorasi dari "suatu system yang terkait" yang dari waktu ke waktu melalui pengumpulan data yang mendalam serta melibatkan berbagai sumber informasi yang kaya dalam suatu konteks.

# B. Subjek Penelitian

Dalam bab ini, subjek penelitian penulis ialah Pemimpin Redaksi, Redaktur atau Editor, juga Kontributor atau Wartawan. Penulis mengambil tiga sampel untuk melihat sudut pandang dari tiap-tiap bagian. Karena meskipun satu lingkup dalam naungan yang sama, namun belum tentu cara pandang dan cara kerjanya sama.

<sup>43</sup> Ibid

<sup>&</sup>lt;sup>44</sup> Wardi Bachtiar, Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah (Jakarta: logos, 1997), h. 60.

### C. Tahapan Penelitian

## **Tahap – Tahap Penelitian**

Pada tahap penelitian ini agar terstruktur dan berjalan dengan baik, adapun tahapan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, yakni sebagai berikut:

## 1. Pra Lapangan

Pada tahap ini peneliti akan menyusun rancangan penelitian, merumuskan masalah, membuat proposal penelitian, menentukan lapangan penelitian, mengurus perizinan ke bagian akademik fakultas yang dibutuhkan untuk penelitian, menentukan dan memanfaatkan informasi yang dibutuhkan serta menyiapkan perlengkapan penelitian.

# 2. Tahap Memasuki Lapangan

Peneliti harus bisa menciptakan hubungan yang baik dengan subjek penelitian, agar subjek dengan sukarela memberikan jawaban atas pertanyaan peneliti dan merasa tidak ada batasan antara peneliti dan subjek penelitian. Dari sini peneliti harus bisa menggali sebanyak mungkin informasi mengenai managemen berita pada media klikmu.co melalui subjek penelitian nantinya. Sebelum melakukan hal-hal yang sudah tertera diatas, peneliti harus bias memahami latar penelitian dan peneliti harus mempersiapkan diri terlebih dahulu, jika sudah mempersiapkan diri dengan baik, maka peneliti harus bias menciptakan suasana keakraban dengan subyek yang akan diteliti, mempelajari

Bahasa yang digunakan oleh orang-orang yang berada disekitar penelitian<sup>45</sup>.

# 3. Tahap Analisis Data

Pada analisis data ini nantinya akan memproses serta mengatur urutan data yang telah di dapatkan kedalam suatu pola, kategori, serta satuan uraian dasar. Pada tahap ini data yang diperoleh dari berbagai sumber yakni wawancara, pengamatan, catatan lapangan, dan data pendukung lainnya yang didapat pada tahap sebelumnya.

# D. Teknik Pengumpulan Data

Sesuai dengan data yang diperoleh dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan dua metode dalam pengumpulan data, yakni:

# 1. Teknik Observasi

Metode observasi adalah pengamatan dan pencatatan dengan sistematika fenomena-fenomena yang diselidiki. Dalam hal ini observasi tidak hanya terbatas pada pengalaman yang dilakukan secara langsung atau tidak langsung. Dalam studi observasi ini digunakan untuk mengumpulkan data tentang situasi umum dari objek yang diselidiki.

Observasi atau pengamatan juga merupakan sebuah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai salah satu alat bantu utamanya selain pancaindra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut, dan kulit. Maka dari itu, observasi adalah

٠

<sup>&</sup>lt;sup>45</sup> Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung:1996), h. 86-89

kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra yang lainnya<sup>46</sup>.

Suatu kegiatan pengamatan baru dikategorikans ebagai kegiatan pengumpulan data penelitian apabila memiliki kriteria sebagai berikut ini:

- a. Pengamatan digunakan dalam sebuah penelitian dan telah direncanakan secara sistematik.
- b. Pengamatan harus ada kaitannya denagn tujuan penelitian yang telah ditetapkan.
- c. Pengamatan dicatat secara sistematik dan dihubungkan dengan proposisi umum dan bukan dipaparkan sebagai suatu yang hanya menarik perhatian semata.
- d. Pengamatan dapat dicek dan dikontrol mengenai validitas dan reliabilitasnya<sup>47</sup>.

### 2. Teknik Wawancara

Metode wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden yang diwawancarai<sup>48</sup>. Wawancara adalah mengajukan pertanyaan secara lisan yang diperlukan untuk

<sup>&</sup>lt;sup>46</sup> Burhan Bungin, Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi (Jakarta: 2013), hal. 142.

<sup>&</sup>lt;sup>47</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi* (Jakarta: 2013), hal. 143

<sup>&</sup>lt;sup>48</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi* (Jakarta: 2013), hal.133

keperluan penelitian dengan berpedoman pada panduan wawancara. Wawancara adalah bentuk komunikasi secara langsung antara peneliti dengan responden. Komunikasi berlangsung dalam bentuk Tanya-jawab dalam hubungan tatap muka, sehingga gerak dan mimic wajah responden merupakan pola media yang melengkapi kata-kata secara verbal. Karena itu wawancara tidak hanya menangkap pemahaman atau ide, tetapi juga dapat menangkap perasaan, pengalaman, emosi, motif yang dimiliki oleh responden yang bersangkutan.

Inti dan metode wawancara ini bahwa setiap penggunaan metode ini selalu muncul beberapa hal diantaranya pewawancara, responden, materi wawancara dan pedoman wawancara (tidak selalu harus ada atau tercantum). Pewawancara adalah orang yang menggunakan metode wawancara sekaligus dia bertindak sebagai pemimpin dalam proses wawancara. Dia juga berhak menentukan materi yang akan diwawancarai serta kapan dimulai dan akan diakhiri. Tetapi kadang kala responden yang menentukan perannya dalam hal kesepakatan mengenai kapan waktu wawancara dilakukan.

Respsonden ialah orang yang akan diwawancarai, dimintai keterangan informasi oleh pewawancara. Responden adalah orang yang diperkirakan menguasai data, informasi, ataupun fakta dari suatu objek penelitian.

Materi wawancara adalah persoalan yang ditanyakan kepada responden, antara masalah atau tujuan dari penelitian. Materi wawancara yang baik memiliki : pembukaan, isi, dan penutup.

Pembukaan wawancara adalah kata-kata 'tegur sapa'. Isi wawancara jelas yakni pokok pembahasan yang menjadi msaslah atau tujuan penelitian. Adapun penutup adalah bagian akhir dari suatu wawancara<sup>49</sup>.

Wawancara secara garis besar dibagi menjadi dua, wawancara tak terstruktur dan wawancara terstruktur<sup>50</sup>. Disini peneliti menggunakan teknik wawancara tak terstruktur, dimana wawancara model ini mirip dengan percakapan informal. Wawancara tak terstruktur ini bersifat luwes, susunan pertanyaan dan susunan kata-kata dalam setiap pertanyaan dapat diubah pada saat wawancara, disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi pada saat wawancara.

Berikut akan penulis paparkan dari pertanyaan yang akan penulis gunakan untuk wawancara dengan ketiga sampel. Ketiga sampel tersebut ialah: Pemimpin Redaksi, Redaktur atau Editor, dan Kontributor atau biasa kita kenal dengan Wartawan.

### **Interview Guide**

NO PERTANYAAN

1 PERENCANAAN

1. Apa ada perencanaan terlebih dahulu sebelum me-manajemen sebuah berita dakwah?

2. Siapakah sasaran yang dituju dalam proses perencanaan pembuatan berita dakwah?

<sup>&</sup>lt;sup>49</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi* (Jakarta: 2013), hal.133 - 134

<sup>&</sup>lt;sup>50</sup> Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: 2006), hal 180

- 3. Dimana kah lokasi yang ingin di kunjungi untuk merancang pembuatan berita dakwah ?
- 4. Kapan waktu untuk merencanakan proses pe-manajeman-an sebuah berita ?
- 5. Mengapa sebuah berita harus dimanajemen terlebih dahulu ?
- 6. Bagaimana strategi dalam me-manajemet sebuah berita ?

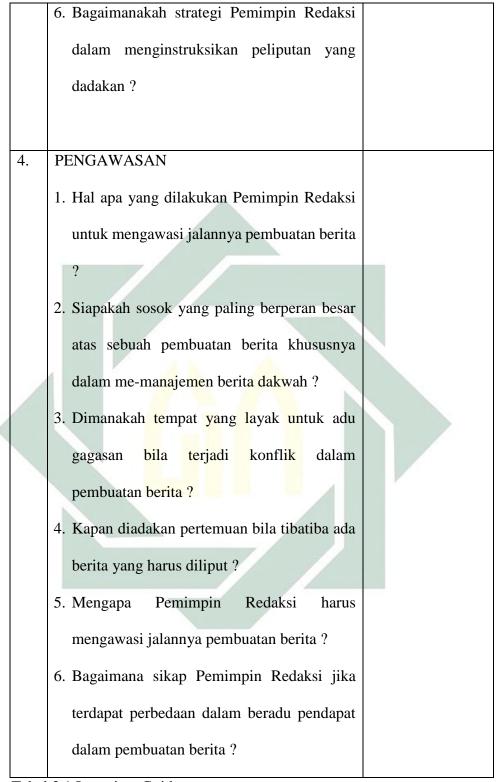
# 2. PENGORGANISASIAN

- 1. Apa yang harus dilakukan dalam memanajemen berita dakwah jika seseorang yang bertugas mendadak tidak bisa meliput ?
- 2. Siapakah orang yang bertugas dalam memanajemet berita dakwah ?
- 3. Dimanakah posisi Pemimpin Redaksi saat tidak ada wartawan yang bisa ditugaskan untuk mengambil sebuah berita?
- 4. Kapan Pemimpin Redaksi memberikan tugas kepada para reporter dan Wartawannya?

- 5. Mengapa Pemimpin Redaksi tak terun ke lapangan untuk mengambil sebuah berita ?
- 6. Bagaimana strategi Pemimpin Redaksi dalam me-manajemen sebuah berita dakwah jika reporter atau wartawan tak bisa hadir untuk meliput ?

## 3. PENGGERAKAN

- 1. Apa yang dilakukan Editor dalam memanagement berita dakwah jika dalam pengerjaan terhambat dengan akses pengetikan?
- 2. Siapakah yang bertanggung jawab penuh atas proses editing?
- 3. Dimanakah tempat yang pas untuk proses pengerjaan dalam me-management berita dakwah ?
- 4. Kapan waktu yang pas untuk proses pengerjaan dalam me-manajemen berita dakwah ?
- 5. Mengapa ada pembagian tugas jika Pemimpin Redaksi bisa melakukannya sendiri ?



Tabel 3.1 Interview Guide

#### E. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan. Nasution (1988) menyatakan "Analisis telah mulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian. Data kualitatif berupa kata, kalimat, gambar, serta bentuk lain yang memiliki variasi cukup banyak dibandingkan dengan data kuantitatif. Analisis data kualitatif lebih sulit jika dibandingkan dengan analisis data kuantitatif. Hal ini dikarenakan perangkat analisis data kualitatif masih sangat terbatas. Peneliti harus bekerja keras untuk melakukan analisis menggunakan sumber daya yang dimiliki.

Menurut Miles dan Huberman, analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus sampai tuntas. Analisis data dengan metode kualitatif deskriptif dibagi menjadi tiga tahapan yakni reduksi data, penyajian data, dan verifikasi<sup>51</sup>.

#### 1. Reduksi Data

Mereduksi data ialah merangkum atau memilih hal-hal yang pokok. Dengan focus pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya. Dengan begitu data yang telah di reduksi akan memberikan gambaran lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencari bila dibutuhkan.

Dalam mereduksi data, setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah pada

.

<sup>&</sup>lt;sup>51</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian*, hal. 248

temuan. Maka dari itu, jika peneliti melakukan penelitian dan menemukan hal-hal yang di pandang asing, tak dimengerti, tak dipahami, belum memiliki pola, maka itulah yang harus dijadikan perhatian peneliti dalam melakukan reduksi data.

Reduksi data merupakan proses berfikir yang memerlukan kecerdasan dan keluasan serta kedalaman wawasan yang tinggi. Bagi peneliti awam, dalam melakukan reduksi data dapat mendiskusikan pada teman atau orang lain yang dipandang ahli atau mumpuni. Melalui diskusi tersebut, maka wawasan peneliti akan berkembang, sehingga dapat mereduksi data yang memiliki nilai temuan dan pengembangan teori yang signifikan<sup>52</sup>.

Menurut Patilima dalam buku Metodologi penelitian karya Dr Kusaeri, peneliti harus memperhatikan beberapa hal dalam melaksanakan analisis kualitatif, yakni<sup>53</sup>:

- 1. Transkip wawancara
- 2. Catatan lapangan dan pengamatan
- 3. Catatan harian peneliti
- 4. Catatan kejadian penting dari lapangan
- Anotasi-catatan berisi istilah di lapangan yang tidak dikenal oleh pembaca dan perlu dijelaskan
- 6. Memo dan refleksi peneliti
- 7. Rekaman video, kamera, gambar.

٠

<sup>&</sup>lt;sup>52</sup> Ibid,. 249

<sup>53</sup> Dr Kusaeri, Metodologi penelitian

Data diatas akan mempermudah peneliti untuk melakukan kategorisasi dan reduksid ata. Setelah data direduksi dan dikategorisasikan maka analisis kualitatif akan lebih terarah dan terfokus sesuai dengan masalah penelitian. Langkah-langkah inilah yang dapat mengurangi subjektifitas peneliti dan data penelitian menjadi reliable dan subtantif.

## 2. Penyajian Data

Setelah melakukan reduksi data, maka langkah selanjutnya ialah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dalam bentuk uraian singkat, bagan. Dengan menyajikan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencankaan kerja selanjutnya berdasarkan yang telah dipahami<sup>54</sup>.

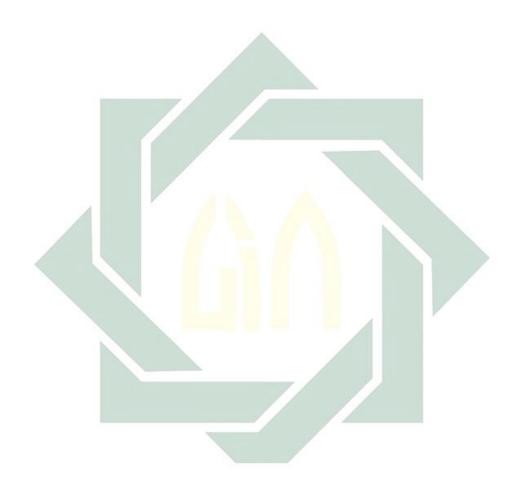
# 3. Verifikasi

Dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data selanjutnya. Namun bila kesimpulan awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan kredibel.

Verifikasi dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang belum pernah ada. Temuan itu dapat berupa deskripsi atau bisa

<sup>&</sup>lt;sup>54</sup> Ibid., 249

berupa gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih terlihat samar sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa kausal atau interaktif, hipotesis atau teori<sup>55</sup>.



<sup>55</sup> Ibid., 252-253

#### **BAB IV**

#### PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

# A. Penyajian Data

### 1. Sejarah Klikmu.co

Klikmu.co merupakan sebuah portal berita online. Pada mulanya klikmu.co Muhammadiyah Surabaya melalui Majelis Pustaka dan Informasi ingin memiliki satu portal berita rujukan, baik mengenai konten yang terkait pemberitaan maupun informasi-informasi Muhammadiyah khususnya di wilayah Surabaya. Pada tahun 2010 nama awalnya ialah klik.net Muhammadiyah, kemudian pada pertengahan perjalanan belum bisa maksimal dikarenakan portal berita online tidak se-masif jaman sekarang. Dimana portal berita online ini merupakan lembaga non profit, jadi dari segi profesionalitasnya tidak bisa disandingkan dengan portal media online lainnya yang mengedepankan profesionalitasnya, namun kinerja dari jajaran struktur dewan redaksi juga tak kalah profesionalnya dengan media –media lain.

Pada tahun 2015 setelah Musyda (Musyawarah Daerah) dimana pada saat itu terpilihnya Dr. K.H. Mahsun Jayadi, M.Ag menjadi ketua, beliau mengatakan bahwa harus ada harapan baru bahwasannya portal berita ini harus lebih massif, lebih efektif dan lebih banyak dijadikan rujukan oleh masyarakat.

Nah karena ada spirit baru, semangat baru,dan keinginan baru klik.net Muhammadiyah berganti nama menjadi Klikmu.co. jadi yang menggawangi ini sebenarnya ialah Majelis Pustaka dan Informasi. Sebagai

Pemred (pemimpin redaksi) bapak Syaikhul Islam menempati posisi sebagai wakil ketua di Pimpinan Daerah Muhammadiyah. Kemudian secara teknikal membutuhkan orang yang memiliki kemampuan dibidang jurnalistik dan bakat untuk mengembangkan media tersebut, maka bapak Syaikhul Islam ditunjuk sebagai Pemrednya (pemimpin redaksi).

Klikmu.co pada tahun 2015 dirasa kurang optimal, dan berjalan kurang memuaskan. Klikmu,co mengalami pasang surut kembang kempis perihal konten pemberitaannya, lalu muncul lah semangat untuk merestorasi. Persis pada tanggal 1 januari 2018, klikmu.co mengubah tagline, visi misi, dan komponen redaksinya. Kemudian mendapati klikmu sampai pada saat ini. Bapak Syaikul Islam ditunjuk sebagai Pemimpin Redaksi klikmu.co pada saat sudah direstorasi. Sebelum bapak Syaikhul Islam, klikmu.co di pimpin oleh mas Komar yang dirasa pada masa jabatannya kurang maksimal<sup>56</sup>.

# 2. Struktur Organisasi Klikmu.co

Struktur organisasi atau bisa disebut dengan struktur dewan redaksi dari klikmu.co terdiri dari<sup>57</sup> :

**Penanggung Jawab**: Dr. K.H. Mahsun Jayadi, M.Ag.

**Dewan Pengarah** : H. M. Arif An, SH

Dr. H. Aziz Alimul Hidayat, M.Kes.

H. Ach Zainul Arifin, S.S.T.

Radius Setiawan, M.A.

<sup>&</sup>lt;sup>56</sup> Syaikhul Islam, hasil wawancara pada tanggal 11 juni 2019 pukul 13.30 WIB

<sup>&</sup>lt;sup>57</sup> Klikmu.co/dewan-redaksi/ (Diakses pada 17 juni 2019 pukul 0:34 WIB)

**Pemimpin Redaksi** : M. Syaikhul Islam, S.H.I., M.Pd.I.

Wakil Pemimpin Redaksi : Ferry Yudi Antonis Saputro, S.H.I.,

M.Pd.I.

**Sekretaris Redaksi**: Eko Ahmad Kurniawan, S.Kom.

**Bendahara** : Fitria, S.Pd.

Redaktur/Editor : Dodi Abdul Wahab, S.Sos.

Abdul Kholiq, S.Si.

Advertorial/Iklan : Azmi Izzudin

Talitha Shabrina El-Jihan

**Reporter/Kontributor** : Habibullah Al-Irsyad, M.Pd.I.

Zainul Masduki, S.H.I., M.Pd.I.

Muklisin, M.Pd.I.

Faiz Azmi Fauzia

Syaifudin Zuhri, S.H.I.

Fiemas Maulana Al-Jufri, S.Psi.

Photographer : Abraham Adi Mukti

Puguh Eko Prastiyo

**Web Development** : Gatot Wibowo, S.Kom

Qomarudin, S.T.

Aris Widodo

Iman Permadi, S.Ud

Taufiq, S.T.

Direstorasi sejak 1 Januari 2018

#### 8. Rubrikasi

Rubrik adalah kepala karangan (Ruang tetap) dalam media cetak baik surat kabar maupun majalah<sup>58</sup>. Isi rubrik ada yang secara jelas ditampilkan oleh penulis (tersurat) dan ada yang tidak secara jelas ditampilkan oleh penulis (tersirat). Isi rubrik merupakan pokok masalah yang dibicarakan dalam rubrik. Rubric memuat isi dan pesan yang ingin disampaikan penulis kepada pembaca. Isi rubric merupakan hal pokok yang dibahas dalam rubric. Sementara itu pesan rubric merupakan anjuran atau nasihat penulis yang terdapat dalam rubric yang ditujukan kepada pembaca<sup>59</sup>. Rubric yang ada pada media klikmu.co antara lain:

- 1. Warta merupakan berita; kabar<sup>60</sup>. Warta yang ada pada klikmu.co memuat tentang umum dan Persyarikatan.
- 2. Risalah adalah tulisan formal yang membahas topik tertentu dengan menggunakan metode dan prinsip khusus sistematis, hati-hati dan teliti<sup>61</sup>. Risalah yang ada pada klikmu.co memuat tentang seputar 'Ngaji Dino Iki'. Dimana maksud tersebut ialah berita tentang kajian saat ini.
- 3. Opini adalah pendapat, ide atau pikiran untuk menjelaskan kecenderungan atau preferensi tertentu terhadap perspektif dan ideology, akan tetapi bersifat objektif karena belum mendapatkan

60 https://www.google.com/amp/s/kbbi.web.id/warta.htlm (Diakses pada 25 Juni 2019 pukul 14.51)

<sup>&</sup>lt;sup>58</sup> Muridhwidodo.blogspot.com/2012/09/pengertian-rubrik.html?m=1 (Diakses pada 25 Juni 2019 pukul 14.31)

<sup>59</sup> Muridhwidodo.blogspot.com/2012/09/pengertian-rubrik.html?m=1

<sup>61</sup> www.definisimenurutparaahli.com (Diakses pada 25 Juni pukul 17.52)

pemastian atau pengujian, dapat pula merupakan sebuah pernyataan tentang sesuatu yang berlaku pada masa depan dan kebenaran atau kesalahannya serta tidak dapat langsung ditentukan<sup>62</sup>. Opini yang ada pada klikmu.co memuat tentang Komunitas Padang Makhsyar. Dimana isi dari opini tersebut memuat tentang al-islam.

- 4. Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden yang diwawancarai<sup>63</sup>.
- 5. Kajian merupakan disiplin ilmu pengetahuan yang mempelajari konten, sejarah, dan pengaruh berbagai media, khususnya media massa<sup>64</sup>. Kajian yang ada pada klikmu.co memuat tentang seputar pengajian atau kajian Kristologi dan Khotbah Jum'at.
- 6. Konsultasi merupakan pertukaran pikiran untuk mendapatkan kesimpulan (nasehat, saran, dan sebagainya) yang sebaik-baiknya;<sup>65</sup>. Konsultasi yang ada pada klikmu.co memuat tentang konsultasi kesehatan, dimana tiap pekannya mengeluarkan sesi yang berbeda-beda.
- Rehat yang ada pada klikmu.co memuat tentang cermin diri, dimana tiap pekannya mengeluarkan sesi yang berbeda-beda.

\_

<sup>62</sup> https://id.m.wikipedia.org > wiki (Diakses pada 25 Juni pukul 18.07)

<sup>&</sup>lt;sup>63</sup> Burhan Bungin, Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi (Jakarta: 2013), hal.133

<sup>64</sup> https://id.m.wikipedia.org > wiki (Diakses pada 25 Juni pukul 18.00)

<sup>65</sup> KBBI versi 2.5.0

#### **B.** Analisis Data

### 1. Prolog

Dari hasil analisis data pada interview guide akan penulis paparkan dalam bentuk narasi diskriptif, dimana nantinya akan terbentuk sub bab – sub bab, terdapat empat sub bab yang akan penulis jabarkan pada bab ini. Penulis mengacu pada teori manajemen berita seperti yang tertuang pada bab 2 dengan memasukkan unsur 5W + 1H didalam teori manajemen berita nantinya, Diantaranya yakni:

- a. Perencanaan Tidak Terstruktur
- b. Multi Tugas Redaksi
- c. Penggerakan Via Daring
- d. Pengawasan

# 2. Perencanaan Tidak Terstruktur

Peliputan Berita pada klikmu.co bersifat individual dan tidak terstruktur. Dikarenakan memiliki persiapan seadanya sebelum meliput berita. Seperti halnya hanya menyiapkan isu yang akan dipilih, dengan mengadakan rapat redaksi internal melalui pesan grup whatsapp. Seperti yang telah dipaparkan dalam data diatas, bahwa klikmu.co memiliki struktur redaksi seperti pada media-media lainnya. Dimana terdapat pemimpin redaksi, wartawan, dan juga devisi online, dalam peliputan berita hasil interview guide klikmu.co menyatakan bahwa tidak ada pertemuan khusus maupun secara intens secara tatap muka

untuk merencanakan sebuah berita secara terstruktur. Berita dilakukan secara eksidentil tergantung individu-individu termasuk Pemimpin Redaksi sendiri. Yang mana pemimpin redaksi juga memiliki pengalaman posisi sebagai wartawan, maka dari itu Pemimpin Redaksi memaparkan tak pernah ada persiapan dalam peliputan berita, hanya memilih isu yang akan dipakai nantinya.

Hal serupa juga diungkapkan oleh contributor klikmu.co, contributor tidak pernah melakukan perencanaan berita terlebih dahulu dikantor. Jikalau ada berita yang diinginkan oleh Pemimpin Redaksi untuk di liput sedangkan Pemimpin Redaksi tidak bisa meliput maka Pemimpin Redaksi langsung menghubungi pihak wartawan melalui pesan grup whatsapp, tetapi kebanyakan inisiatif berita muncul dari wartawan sendiri "saya setiap hari melihat fenomena yang layak untuk diberitakan dengan segera, namun saya tak pernah merencanakan persiapan terlebih dahulu" ungkap pak Koliq selaku wartawan<sup>66</sup>. Dari ketidak strukturan dalam perencanaan peliputan berita, maka sasaran narasumber harus lebih dulu dari internal Muhammadiyah, dikarenakan "portal klikmu.co ini mengacu pada prosentase warga Muhammadiyah sebanyak 70 persen dan 30 persennya dari non Muhammadiyah".

Dan juga bagi editor, Ahmad Eko. Beliau juga mengakui bahwa selama berada dalam struktur dewan redaksi yang tergabung

<sup>&</sup>lt;sup>66</sup> Abdul Kholiq, hasil analisis interview guide pada tanggal 19 juni 2019 pukul 20.30 WIB

<sup>&</sup>lt;sup>67</sup> Syaikhul Islam, hasil analisis interview guide pada tanggal 11 juni 2019 pukul 13.30 WIB

dalam grup whatsapp tak pernah menemui adanya perencanaan peliputan berita terlebih dahulu, bahkan untuk pertemuan rapat redaksi secara tatap muka pun bisa dikatakan jarang sekali. Seperti yang telah penulis katakan diatas bahwasannya perencanaan peliputan berita pada klikmu.co bersifat individual dan tidak terstruktur. Dikarenakan tak pernah ada persiapan sebelum meliput berita, hanya menyiapkan isu yang akan dipilih saja nantinya.

Bagi ketiga sampel yang penulis wawancarai, hampir semua mengatakan tidak memiliki tempat khusus untuk merencanakan peliputan sebuah berita, baik itu stagnan berada dikantor, di warkop, atau tempat lainnya. karena bagi mereka pada zaman yang serba digital seperti saat ini, mudah bagi semua orang mengakses pesan verbal dan non verbal melalui gadget, khususnya whatsapp, Instagram, youtube, dan media social lainnya yang saling berhubungan. Bahkan waktu yang digunakan untuk merencanakan liputan berita tidak bergantung pada adanya jadwal yang dibuat, dikarenakan berita tidak selalu bersifat intens.

#### 3. Multi Tugas Redaksi

Peliputan klikmu.co atas dasar tiga sampel yang diambil oleh penulis dalam analisis interview guide menunjukkan adanya bentuk kerja yang dobel. Maksudnya yakni Pemimpin Redaksi memiliki tugas sebagai pengawas namun juga kadang kala meliput dan mengedit berita. karena memang Pemimpin Redaksi memiliki pengalaman sebagai wartawan juga editor. Pemimpin Redaksi memiliki ilmu atas jurnalistik yang pernah dipelajari sebelumnya, maka dari itu bapak Syaikhul Islam diangkat sebagai Pemimpin Redaksi klikmu.co. meski begitu tugas peliputan bahkan editing yang lain pun juga ada yang menghandel sesuai dengan yang ada pada strukutur dewan redaksi.

Sama halnya editor, Ahmad Eko. Beliau juga kadangkala melakukan peliputan berita jika mendapati fenomena dan jika memang ada waktu untuk memanagemen berita maka berita yang telah di buat segera diedit dan di publish. Hal tersebut juga menjadi tugas tambahan editor dalam meliput suatu berita, namun tidak ada keluhan negative atas dasar tambahan tugas tersebut. Meski baru setahunan tergabung dalam klikmu.co, Ahmad Eko sudah di amanahi untuk berada pada posisi editor yang mana tugas ini tidak semua orang bisa melakukan, karena memang tugas editor tidak bisa diberikan kepada sembarang orang apalagi diberikan kepada orang yang tidak memiliki pengalaman bahkan ilmu dalam mengedit berita sebelumnya. Ahmad Eko juga bekerja di surat kabar Jawa Pos, maka dari itu posisi editor diberikan kepada beliau.

Sampel yang terakhir yakni contributor, Abdul Kholiq. Sebelum diamanahi menjadi contributor, Abdul Kholiq dulunya juga seorang editor. Namun saat ini hanya berfokus dalam meliput sebuah berita. Pemimpin Redaksi menginstruksikan kepada rekan jajaran contributor untuk meliput sebuah berita, bahkan bisa dikatakan setiap hari contributor diwajibkan membuat berita, namun bukan berita yang

dibuat-buat. Dengan demikian contributor memiliki banyak inisiatif nantinya.

Dengan kesesuaian dari masing-masing tugas yang telah diberikan kepada jajaran struktur dewan redaksi diharapkan nantinya ada sisipan ideology untuk menambah pengetahuan saat peliputan hingga me-managemen berita. Saat sudah dibagi sesuai dengan job jika nantinya Abdul Kholiq selaku contributor tidak bisa meliput berita, maka harus segera melapor ke pesan grup whatsapp yang telah disediakan, agar bisa digantikan dengan contributor lain yang menyanggupi. Begitu juga saat Ahmad Eko tidak bisa mengedit atau me-managemen suatu berita yang dikirim contributor maka hendaknya juga segera memberi kabar melalui pesan grup whatsapp, agar bisa digantikan dengan editor lainnya yang tergabung dalam jajaran struktur dewan redaksi klikmu.co.

# 4. Penggerakan Via Daring

Yang dilakukan klikmu.co hampir tidak ada kendala, karena dengan adanya alternative media social yang ada pada saat ini menjadikan hal tersebut sebagai alat untuk menyalurkan segala kebutuhan yang tidak bisa dilakukan dengan bertatap muka secara langsung. Meski begitu, whatsapp menyediakan video call sebagai bentuk alternative yang lain. Dan dengan adanya pembagian tugas sesuai kemampuan masing-masing, diharapkan tiap masing-masing dapat memberikan yang terbaik untuk klikmu.co.

Bagi Pemimpin Redaksi pribadi, selama kurun waktu tiga tahun belakangan ini semua sudah melaksanakan tugasnya dengan sangat professional meski orang-orang yang tergabung dalam portal berita klikmu.co tidak dibayar sepeser pun. Ya, benar tidak sepeser pun. Namun hal tersebut tidak menjadikan itu suatu bentuk kemunduran dalam semangat berjihad. Jika kita tau bahwa portal media-media lain menerapkan system profit untuk membayar hasil kinerja jajarannya untuk menambah semangat dalam bekerja, berbeda jauh dengan portal media klikmu.co, semua orang yang tergabung didalamnya bekerja dengan ikhlas tanpa dibayar. Maka dari itu, Pemimpin Redaksi dan juga petinggi klikmu.co sangat bangga terhadap orang-orang yang mau mengabdikan diri pada Persyarikatan Muhammadiyah.

Menurut analisis interview guide yang dilakukan penulis pada saat itu, Pemimpin Redaksi mengatakan bahwa tiap masing-masing memiliki tanggung jawabnya. Baik itu editor sebagai editing atas berita yang masuk, dan juga contributor sebagai reporter atas peliputan berita. Namun yang memiliki peran besar atas sebuah kelayakan berita ada pada editor, dimana editor harus mampu bermain dengan kalimat yang mudah dipahami oleh pembaca nantinya. Dan juga harus mampu membuat judul semenarik mungkin agar pembaca merasa penasaran dengan isi berita yang ada didalamnya hingga akhirnya pembaca membaca berita tersebut. Managemen berita ada pada editor itu sudah pasti, karena tidak mungkin berita yang baru

diliput langsung dipublish. Maka harus melewati managemen berita agar dikemas dengan baik oleh editor.

Dalam struktur dewan redaksi juga tidak ada paksaan untuk memanagemen berita pada suatu tempat tertentu, karena itu merupakan kehendak bebas bagi editor juga contributor. Selama mereka nyaman dengan tempat yang dipilih dan dapat menyelesaikan tugasnya, maka tidak ada masalah perihal tempat pengerjaan. Itu merupakan bentuk dari kondisional saja, namun seharusnya ada di kantor. Adanya pembagian tugas adalah untuk memudahkan jika suatu saat nanti terdapat kendala dalam bekerja. Dan tidak harus orang yang sama untuk melakukan tugasnya.

Karena tiap bidang dibentuk dari beberapa orang. Sehingga kerjasama terbentuk secara fleksibel dan tak terlalu kaku. Bisa dikatakan bahwa pada portal berita klikmu.co bisa diistilahkan dengan "alon-alon, asal kelakon", dalam istilah indonesianya dapat diartikan sebagai "pelan-pelan, asal terlaksana". Karena jika system yang dibuat itu kaku dan monoton, ditakutkan dan dikhawatirkan jajaran struktural dewan redaksi yang tergabung di dalamnya merasa dibatasi ruang gerak dalam bekerjanya. Dan itu akan menghambat proses dan juga hasil dari peliputan berita, managemen berita, hingga publikasi berita nantinya. Dengan slogan semangat berjihat itulah diharapkan dapat menjalankan suatu pekerjaan apapun hanya bermodal ikhlas untuk pengabdian pada Persyarikatan Muhammadiyah.

Portal media klikmu.co menggunakan system jurnalisme data untuk dijadikan ulasan berita yang panjang dan nantinya disebarluaskan kepada khalayak umum. Dalam menyebarluaskan berita yang tingkat akurasinya jelas, relevan, terpercaya, dan tidak membuat berita yang kurang jelas nantinya akan menyebabkan berita itu menjadi berita yang simpang siur dan tidak sesuai dengan fakta yang ada pada data dilapangan, tentu diperlukan pengaturan manajemen berita yang baik dalam memproduksi sebuah berita utamanya pada portal media online. Manajemen berita sangat diperlukan juga dibutuhkan khususnya di media online, dimana media online sendiri merupakan media yang sangat jelas mudah untuk diakses oleh siapapun.

Manajemen berita merupakan sebuah metode atau strategi guna mengelola sebuah berita yang akan disebarluaskan kepada khalayak dengan memanfaatkan organisasi redaksi. Dengan menggunakan manajemen berita, dalam sebuah media tentu saja mempunyai strategi-strategi tersendiri dalam mengelola media online dengan dibuatkannya konten-konten yang berbeda dengan media online lainnya. Manajemen berita sangat diperlukan bagi sebuah media, baik media online maupun media konvensional. Apalagi saat ini dengan kebutuhan informasi dari berbagai kalangan yang mana menginginkan informasi sebuha berita yang terjadi di sekeliling dengan relevan, cepat, dan akurat, dan yang sesuai dengan fakta-fakta yang ada, membuat klikmu.co harus mengatur manajemen beritanya terlebih

dahulu sebelum memproduksi berita yang baik dan benar, dimana nantinya akan disebarluaskan.

Selain digunakan agar berbeda dengan portal media online lainnya, manajemen berita digunakan untuk mengatur strategi dalam memproduksi sebuah berita. melihat dan mengatur bagaimana berita bisa didapatkan hingga berita yang layak akan dimuat dan disebarluaskan kepada khalayak. Dengan manajemen berita dapat mengetahui bagaimana seorang wartawan dalam menulis berita baik untuk dimuat dan untuk itu dibutuhkannya manajemen berita dalam sebuah media.

## 5. Pengawasan

Hal atau tahap terakhir yang dilakukan pada sebuah manajemen adalah dilakukannya tahap pengawasan. Tahap manajemen pengawasan ini juga yang akan menunjang serta menjaga kualitas media yang menerapkan tahap-tahap manajemen ini. Manajemen berita diperlukan oleh setiap media untuk memproduksi berita yang baik yang akan disebarluaskan nantinya. Manajemen berita juga sangat diperlukan oleh media untuk mengikuti tren yang ada dan memunculkan inovasi-inovasi baru khususnya dalam portal media online. Dalam sebuah portal media online khususnya situs berita tentu saja memiliki seorang Pemimpin Redaksi.

Pemimpin Redaksi tersebut harus melakukan kebijakan dalam berita sesuai dengan apa yang telah disepakati bersama dalam

merencanakan sebuah penyajian berita, penentuan liputan, pencarian focus pemberitaan, penentuan topik, pemilihan berita utama 'head line', berita pembuka halaman 'opening news'. Pemimpin Redaksi dalam sebuah perusahaan memiliki tugas utama yakni untuk mengatur setiap hal atau aktivitas yang berkaitan dengan pemberitaan atau memberikan tugas kepada timnya juga untuk membuat tajuk rencana pada berita tertentu.

Pemimpin Redaksi tentu dalam sebuah pekerjaannya dibantu oleh beberapa staf dibawahnya, diantaranya yakni Redaktur. Kemudian dalam sebuah manajemen berita, untuk memnabtu Pemimpin Redaksi dalam proses keadministrasian atau surat menyurat pemberitaan. Seperti halnya ketika menerima surat – surat mengenai pemberitaan, yang nantinya sekretaris redaksi tersebut akan memberikan surat-surat yang isinya berkaitan dengan undangan peliputan kepada redaktur sesuai dengan bidangnya masing-masing.

Pada pola kerja pemberitaan sebuah portal media online, dimana Pemimpin Redaksi mengatur baik buruknya isi mengenai sebuah pemberitaan yang diproduksi. Dalam memproduksi sebuah berita Pemimpin Redaksi dibantu oleh redaktur atau editor dan juga contributor yang bertugas atas peliputan dilapangan. Menurut Hikmat Kusumaningrat dan Purmana Kusumaningrat dalam buku Jurnalistik Teori dan Praktir (2016) menjelaskan bahwa tugas redaktur atau editor ialah memilih bahan berita yang sesuai dan layak untuk dimuat serta disebarluaskan. Redaktur atau editor menyeleksi dari bahan-bahan

yang telah didapatkan dari contributor yang bertugas juga bahan berita yang didapat dari kantor berita, dari narasumber yang telah diwawancarai bahkan press release dari sebuah lembaga, organisasi, perusahaan swasta, serta instansi pemerintah.

Sebelum bahan – bahan berita diseleksi oleh redaktur atau editor, seorang contributor memiliki tugas harus mencari, mengumpulkan dan mengolah mengenai informasi atau berita yang didapatkannya, dimana nantinya akan dijadikan sebuah berita. walaupun dalam strukturl dewan redaksi, seorang contributor juga merupakan ujung tombak dalam sebuah perusahaan. Dimana contributor yang setiap harinya mencari dan mensuplai bahan-bahan berita untuk diberikan ke redaktur atau editor untuk di koreksi terlebih dahulu sebelum disebarluaskan kepada khalayak ramai.

# 9. Interpretasi Teoretik

Jurnalistik dalam terminologi jurnalistik dakwah berfungsi sebagai kata sifat sehingga bisa dipahami bahwa kegiatan dakwah yang dimaksud adalah bersifat atau melalui media jurnalistik. Karena jurnalistik bagian dari komunikasi, maka metode penelitian "Manajemen Berita Dakwah Melalui Media Klikmu.co" dalam tulisan ini akan meminjam metode (model) penelitian yang biasa dipakai dalam ilmu komunikasi. Bagi penulis, hal ini tidaklah tabu karena dakwah itu sangat erat kaitannya dengan komunikasi, bahkan boleh dikatakan mirip yaitu

keduanya memiliki pengertian suatu kegiatan penyampaian pesan yang berimbas pada perubahan terhadap diri seseorang.

Meminjam istilah Schramm, bahkan keduanya pun memenuhi syarat-syarat tertentu yang terdiri dari 3 unsur yaitu, sumber 'source', isi pesan 'message', dan tujuan 'destination' , yakni masing-masing keduanya memiliki gaya memikat. Jurnalisme Dakwah merupakan institusi yang berkiprah dalam kegiatan dakwah dengan menggunakan metode jurnalistik dalam pencapaian tujuannya. Proses kerjanya adalah meliput, mengolah, dan menyebarluaskan berbagai peristiwa dengan muatan nilai-nilai Islam dengan mematuhi kaidah-kaidah jurnalistik dan norma-norma yang bersumber dari Al- Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW.

Jurnalistik dakwah (Islam) bisa dikatakan sebagai '*crusade journalism*', yaitu jurnalistik yang memperjuangkan nilai-nilai tertentu, yakni nilai-nilai Islam. Jurnalistik dakwah sebagai pembimbing rohani & mengemban misi amar ma'ruf nahi munkar (Q.S. 3:104)<sup>70</sup>. Eksistensinya sebagai satu kekuatan untuk mendesain dakwah bercorak berita yang

-

<sup>&</sup>lt;sup>68</sup> Wilbur Schramm, ahli komunikasi kenamaan, dalam karyanya *Communication Research In The United States*. Schramm mengatakan "Komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan *'frame of reference'*, yakni panduan pengalaman dan pengertian '*collection of expreiences and meaning'* yang pernah diperoleh komunikan." Wilbur Schramm & Roberts Donald f., *The Process and Effects of Mass Communication*, revised edition, (Urbana-Chicago-London: University of Illionis Press, 1971).

<sup>&</sup>lt;sup>69</sup> Kustadi Suhandang, *Manajemen Pers Dakwah; Dari Perencanaan hingga Pengawasan*. Cet. I; (Bandung: MARJA, 2007), h. 19.

<sup>&</sup>lt;sup>70</sup> Suf Kasman, Jurnalisme Universal; *Menelusuri Prinsip-Prinsip Dakwah bi al-Qalam dalam Al-Qur'an*. Cet. I; (Jakarta: Teraju, 2004), h. 6.

mampu memberikan spirit pencerahan kepada khalayak. Jurnalistik dakwah menawarkan 'the idea is the message', yaitu bagaimana nila-nilai agama dapat dituangkan dalam bentuk pesan yang kompetitif di antara ideide lainnya yang juga ditawarkan kepada sasaran yang sama<sup>71</sup>. Jurnalisme dakwah juga merupakan jurnalis yang bergerak dibidang informasi dan teknologi dalam kegiataan penerbitan tulisan yang mengabdikan diri kepada nilai agama Islam. Tekanannya tentu di media pers, baik surat kabar, majalah maupun tabloid. Karena melalui media pers, pesan dakwah tentu saja disampaikan melalui karya tulisan di media pers. Karya tulisan di media pers itu bisa berbentuk berita, 'feature', laporan, tajuk rencana, artikel dan karya jurnalistik lainnya<sup>72</sup>.

Siapa sangka bahwa mesjid merupakan pusat dakwah yang efektif.

Namun dengan perkembangan dan kemajuan teknologi yang pesat dari tahun ke tahun, dakwah tak cukup hanya dipusatkan di masjid saja tanpa mencoba mencari alternatif lain dengan mengembangkannya di luar masjid dengan menggunakan sarana serta prasarana yang tersedia.

Hal itu dilakukan agar relevan dengan kebutuhan masyarakat modern saat ini, yang juga semakin beraneka ragam, serta meluasnya diferensiasi social.

Di tengah-tengah perkembangan dan pembangunan sektor komunikasi yang menggembirakan saat ini, ajakan atau pemikiran untuk

<sup>71</sup> Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*. Cet. II; (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), h. xviii.

-

<sup>&</sup>lt;sup>72</sup> Sudirman Tebba, *Jurnalistim Baru* (Ciputat: Kalam Indonesia. 2005) h. 9.

mengembangkan dakwah dengan mengerling ke pers tentu saja merupakan langkah yang tepat dan bijak. Terlebih bila dikaitkan dengan peranan, fungsi dan kerja pers sebagai agen pembaharuan untuk mempublikasikan suatu pesan atau informasi yang maksimun untuk menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak yang dilakukan oleh organisasi atau perusahaan. Eksistensi jurnalistik Dakwah, suatu ketika bisa menjadi sumbuh peletup gerakan sosial, dan pada waktu yang lain ia bisa menjadi magnet penenang massa. Jurnalistik Dakwah bisa menjadi katup stabilitas sosial, dan bisa juga menjadikan bagian penting dari proses transformasi sosial. Semua ini bergantung pada sistem sosial yang melingkupinya.

Bisa dikatakan bahwa jurnalistik dakwah adalah salah satu tulang punggung dalam Islam. Islam tidak hanya sebagai keyakinan yang mau disiarkan, tetapi juga petunjuk dan jalan hidup 'way of life'. Jurnalistik dakwah itu bagian yang tidak terpisahkan dari gerak langkah, pola pikir dan nasehat ajaran Islam. Secara faktual, jurnalistik dakwah senyawa kehidupan yang mengalir dari hulu sampai ke hilir. Hal ini merupakan sejarah khas yang dimiliki oleh Islam. Posisi wartawan Muslim sebagai pelanjut risalah Nabi dipandang sebagai sebuah kajian yang penting di era informasi saat ini. Hal itu didasari sebuah pandangan bahwa wartawan Muslim adalah salah seorang guru masyarakat informasi. Apa yang lahir dari tangan mereka kemudian menjadi pelajaran yang diserap oleh masyarakat melalui media massa. Oleh karena posisinya yang sangat penting dalam masyarakat, maka wartawan Muslim bisa menjadi

penyebar kebajikan di tengah masyarakat melalui media massanya. Itu dengan catatan apabila dia bekerja secara ideal sesuai dengan norma yang berlaku dalam profesinya. Pada perpektif kajian dalam makalah ini wartawan disetarakan posisinya dengan para da'I<sup>73</sup>. Dalam konteks pendidikan jurnalisme, wartawan Muslim dilihat sebagai sosok juru dakwah (*da'i*) di bidang pers, yakni mengemban *da'wah bi al-qalam*.

Ia menjadi khalifah (*wakil*) Allah di dunia media massa dengan memperjuangkan tegaknya nilai-nilai, norma, etika, dan syariat Islam. Ia memiliki tanggung jawab profetik Islam; mengupayakan agar ajaran Islam tetap dan selalu fungsional serta aktual dalam kehidupan. Jurnalis Muslim tidak boleh tinggal diam begitu saja jika melihat ada kemunkaran dalam dunia yang digelutinya, misalnya menyaksikan pencitraan negatif tentang Islam atau ada rekayasa yang memojokkan Islam dan umatnya di media massa, maka jurnalis Muslim seketika itu langsung membela dan meluruskan sesuai dengan fakta sebenarnya. Ia sangat kritis terhadap lingkungan luar dan sanggup menyaring informasi Barat yang kadang menanam bias kejahatan terhadap Islam<sup>74</sup>

Sebagai wartawan Muslim, tanggung jawab moral yang diambilnya sangatlah besar. Setiap langkah, setiap tulisan yang akan diluncurkan mempunyai misi *amar ma'ruf nahi munkar*, dalam pengertian yang seluas-luasnya. Inilah yang membedakan antara

<sup>73</sup> Jurnal Dakwah Tabligh, Vol. 15, No.2, Desember 2014, h. 150-151.

<sup>74</sup> Suf Kasman, *Pers dan Pencitraan Umat Islam di Indonesia; analisis Isi Pemberitaan Kompas dan Republika*. Cet. I; (Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, 2010), h 7

wartawan sekuler yang menganut asas bebas nilai dengan wartawan Muslim yang berasas tidak bebas nilai. Adapun nilai-nilai yang diperjuangkan adalah nilai-nilai Islami yang bermuara pada keselamatan, keamanan dan kesejahteraan alam serta seisinya.

## Manajemen Berita Dakwah

Setiap organisasi atau lembaga tertentu dapat dipastikan memiliki satu atau beberapa tujuan yang menunjukan arah dan menyatukan gerak sarana yang terdapat dalam lembaga tersebut<sup>75</sup>

Pada perkembangan selanjutnya manajemen ternyata sangat diperlukan dan bermanfaat bagi setiap usaha dalam pelbagai lapangan, apalagi di zaman modern sekarang ini boleh dikatakan bahwa tidak ada suatu usaha yang bisa sukses tanpa menerapkan manajemen. Maka usaha dakwah yang jangkauannya sangat luas dan kompleks dibandingkan dengan usaha atau kegiatan bisnis, tentulah tidak dapat berjalan secara efektif dan efisien apabila tidak dengan memanfaatkan manajemen. Oleh karena itu, apabila dakwah sebagai sarana penyiaran ajaran Islam di tengah-tengah kehidupan manusia, maka dalam pelaksanaannya tidak bisa hanya dengan mengandalkan secara orang perseorangan tetapi hendaknya dilakukan melalui kerjasama dalam

\_

<sup>&</sup>lt;sup>75</sup> Robert Kreitner, *Management*. (Boston: Hougton Mifflin Company, 4<sup>th</sup> Edition, 1989), h. 9.

organisasi modern dengan mengikuti prinsip-prinsip manajemen yang baik agar lebih mudah tercapai sesuai dengan hasil yang diharapkan<sup>76</sup>.

Prinsip-prinsip Manajemen Berita Dakwah yang biasa disebut 'amaliyyah al-iddâriyyah tersebut merupakan sebuah kesatuan yang utuh yang terdiri dari; takhthîth (perencanaan strategi), thanzhîm (pengorganisasian), tawjîh (penggerakan), riqâbah (pengawasan atau evaluasi)<sup>77</sup>. Adapun penjabarannya dapat disimak berikut ini:

Pertama, Takhthîth (perencanaan strategi).

Takhthîth (perencanaan strategi) dakwah adalah proses seputar kemudian menggerakkan ke arah pencapaian tujuan jurnalistik dakwah. Takhthîth (perencanaan strategi), merupakan perpaduan dari perencanaan 'planning' dan manajemen dakwah untuk mencapai suatu tujuan. Di dalam mencapai tujuan tersebut strategi dakwah harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara tekhnik harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan 'approach' bisa berbeda sewaktuwaktu bergantung pada situasi dan kondisi. Untuk mantapnya strategi dakwah, maka segala sesuatunya harus dipertautkan dengan komponenkomponen yang merupakan jawaban terhadap pertanyaan dalam rumus Lasswel, yakni:

.

<sup>&</sup>lt;sup>76</sup> Mahmuddin, *Manajemen Dakwah Dasar: Proses, Model, Pelatihan dan Penerapannya.* Cet. I; (Samata-Gowa: Alauddin University Press, 2011), h. 18

<sup>&</sup>lt;sup>77</sup> Akrim Ridha, *Menjadi Pribadi Sukses; Panduan Melejitkan Potensi Diri*. (Bandung: Syamil Cipta Media, 2002), h. 60. Lih. Juga M. Munir & Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*. Cet. II; (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), h. xiv dan 93.

```
COMPONENTS OF LASSWELL'S MODEL

SAYS WHAT (Message)

CHANNEL (Medium)

TO WHOM (Receiver)

WITH WHAT EFFECT (Feedback)
```

- 1. Who? (Siapa da'i atau penyampai pesan dakwahnya?)
- 2. Says What? (Pesan apa yang disampaikan?)
- 3. *In Which Channel*? (Media apa yang digunakan?)
- 4. To Whom? (Siapa Mad'unya atau pendengarnya?)
- 5. With what Effect? (Efek apa yang diharapkan?)<sup>78</sup>

Dalam perencanaan yang ada pada klikmu.co, sudah penulis jelaskan diatas bahwasannya perencanaan yang dilakukan klikmu.co bisa dikatakan kurang, karena memang system yang digunakan tidak terstruktur dan termasuk individual. Tidak adanya rapat redaksi untuk menentukan jadwal yang teratur. Jika memang ada hal yang ingin didiskusikan, maka kadang hanya sebatas melalui pesan grup whatssapp.

<sup>&</sup>lt;sup>78</sup> Tata Sukayat, *Quantum Dakwah*. Cet. I; (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2009), h. 16.

### Kedua, *Thanzhîm* (pengorganisasian)

Istilah *thanzhîm* (pengorganisasian) pada proses pengorganisasian yaitu bagaimana pekerjaan diatur dan dialokasikan diantara para anggota, sehingga tujuan organisasi itu dapat tercapai secara efektif dengan batas-batas yang pasti<sup>79</sup>. Substansi ini merupakan tahap yang dimana segala anggota penyelenggara acara berkumpul bersama dan saling bekerja sama dengan harapan tujuan jurnalistik dakwah tersebut bisa sukses.

Dalam hal ini pembagian tugas atas kinerja juga diamanahkan kepada mereka yang memiliki potensi dibidangnya masing-masing. Namun selama ini terkadang satu orang memegang dua kendali pekerjaan, itu juga bukan semata-mata karena terpaksa. Namun merupakan suatu kewajiban jika yang lain tidak bisa membantu. System yang digunakan disini ialah menjalin kerjasama dalam tim.

# Ketiga, Tawjîh (penggerakan)

Tawjîh (Penggerakan dakwah) adalah suatu proses pemberian motivasi, pengarahan dan bimbingan oleh para pelaksana dakwah, penggerakan komunikasi dan organisasi serta penerapan dan pengembangan kepemimpinan dakwah. Esensi Tawjîh (Penggerakan

Wayne Pa

<sup>&</sup>lt;sup>79</sup> R. Wayne Pace & Don F. Faules yang dialihbahasakan oleh Deddy Mulyana dengan judul *Komunikasi* 

Organisasi; Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan. Cet. VI; (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006), h. 11.

dakwah) di sini adalah untuk membentuk pendapat umum yang sehat, atau *public opini*. Dengan selalu adanya penggerakan dakwah, maka terdapatlah masyarakat yang sehat<sup>80</sup> Langkah-langkah Penggerakan Dakwah mempunyai beberapa karakteristik, meliputi:

- a) Saling mengingatkan menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan keseharian umat
- b) Mempunyai sikap bijaksana, tidak keras kepala, pemaaf, mempunyai dan mengembangkan tradisi *syûra* dalam menyelesaikan berbagai masalah dan melibatkan Allah akan memberikan yang terbaik.
- c) Berjiwa *'izzah* (percaya diri) terhadap siapa pun, termasuk yang tidak seakidah.
- d) Berpaham keagamaan moderat dan dapat memberikan keteladanan<sup>81</sup>

Jadi, penggerakan dakwah itu bisa disebut dengan nama lain:

- 1. Pemberian motivasi 'Motivating' 82
- 2. Pembimbingan 'Directing'
- 3. Menjalin hubungan 'Coordinating'
- 4. Penyelenggaraan komunikasi 'Communicating'

<sup>&</sup>lt;sup>80</sup> Fathul Bahri An-Nabiry, *Meniti Jalan Dakwah; Bekal Perjuangan Para Da'i*. Cet. I; (Jakarta: Amzah, 2008), h. 43

<sup>&</sup>lt;sup>81</sup> Muhammad Alwi Uddin, *Problematika Gerakan Dakwah Muhammadiyah di Sulawesi-Selatan*. Cet. I; (Samata- Gowa: Alauddin University Press, 2013), h.

<sup>&</sup>lt;sup>82</sup> Khatib Pahlawan Kayo, *Manajemen Dakwah: Dari Dakwah Konfensional Menuju Dakwah Professional*. (Jakarta: Amzah, 2007), h. 66.

Keempat, Riqâbah (pengawasan atau evaluasi).

Riqâbah (pengawasan atau evaluasi) merupakan suatu proses pengumpulan data menganalisis informasi tentang efektifitas dan dampak dari suatu tahap atau keseluruhan program. manajemen pengawasan ini juga yang akan menunjang serta menjaga kualitas media yang menerapkan tahap-tahap manajemen ini. Manajemen berita diperlukan oleh setiap media untuk memproduksi berita yang baik yang akan disebarluaskan nantinya. Pemimpin Redaksi mengatur baik buruknya isi mengenai sebuah pemberitaan yang diproduksi. Dalam memproduksi sebuah berita Pemimpin Redaksi dibantu oleh redaktur atau editor dan juga contributor yang bertugas atas peliputan dilapangan

#### **BAB V**

#### **PENUTUP**

# A. Kesimpulan

Klikmu.co merupakan portal media online yang bergerak dibidang jurnalisme data. Dengan menampilkan berita-berita dibeberapa produk berita yang dimiliki dengan data yang berupa foto, data statistic dan lain-lain dikemas menjadi sebuah indografik. Klikmu.co mendapatkan sumbersumber data terpercaya untuk mendukung berita-berita yang diproduksi. Selain didukung oleh sumber terpercaya, klikmu.co juga memiliki sejumlah relawan yang aktif juga professional dalam menjalankan tugas. Dalam memproduksi berita, klikmu.co mempunyai aturan mengenai manajemen berita yang dijalankan. Hal ini tidak hanya mengacu pada jurnalisme data saja, namun juga dituntut untuk cepat tanggap dalam menyampaikan informasi.

Manajemen berita yang dijalankan oleh klikmu.co diantaranya ialah perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, juga pengawasan. Dari beberapa aktivitas manajemen berita itu tadi akan penulis jelaskan sebagai berikut:

1. Dalam perencanaan peliputan, klikmu.co tidak memiliki jadwal spesifik yang bisa dijadikan sebagai patokan. Sehingga bisa dikatakan perencanaan dalam hal peliputan klikmu.co kurang. Kinerjanya masih tergolong belum mampu untuk mempersiapkan perencanaan.

- 2. Dari tahap perencanaan, Pemimpin Redaksi hanya menentukan isu apa yang akan dibahas nantinya. Untuk perihal penulisnya pun tidak memaksa harus orang ini 'misal', karena banyaknya contributor yang tergabung, maka dipersilahkan bagi siapa saja yang bisa dan menyanggupi untuk meliput. Dan narasumber yang dituju pun yang pertama haruslah dari internal Muhammadiyah terlebih dahulu.
- Hal utama yang menjadikan berita yang diproduksi menarik adalah dengan dan darimana sumber-sumber data yang digunakan tersebut kredibel.
- 4. Pada tahap yang terakhir, pengawasan dilakukan oleh Pemimpin Redaksi dan juga Editor selaku pemeran dalam memanajemen berita yang masuk. Dalam melihat tingkat keberhasilan klikmu.co yakni salah satunya dengan adanya 'pageview'. Klikmu.co dapat melihat sejumlah 'pageview' dan jumlah pengunjung disebuah berita. hal itu digunakan untuk bahan evaluasi nantinya.

#### B. Keterbatasan Penelitian

Dalam keterbatasan penelitian ini, penulis menyadari bahwasannya hasil dari penelitian ini belum sempurna bahkan jauh dari kata sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan. Dalam penelitian ini, penulis hanya focus pada manajemen berita yang dilakukan oleh portal media online klikmu.co. penulis tidak mencari informasi dari pembaca mengenai bagaimana sajian klikmu.co dalam berita yang diproduksi. Bagaimana pengolahan kalimat yang disajikan oleh klimu.co dalam mempublikasi

beritanya, bagaimana dengan kecepatan pengiriman berita agar segera dibaca oleh khalayak umum, bagaimana alur berita yang disajikan, apakah kalimatnya mudah dipahami atau malah membuat pembaca tidak paham. Dan masih banyak kekurangan penulis dalam penelitian ini.

#### C. Saran

#### 1. Untuk Portal Media Online Klikmu.co

Semoga kedepannya ada persiapan dalam hal perencanaan yang matang, jika bisa dibuatkan jadwal khusus tiap minggunya. Dan diharapkan juga tetap rutin melakukan system monitoring bagi tim redaksi juga tim yang lain untuk menunjang kinerja semua tim yang dimiliki dan tentu terkait dengan jalur jurnalisme online dan juga jurnalisme data yang dipilih.

# 2. Untuk Penelitian Selanjutnya

- a. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat memperkaya konsepkonsep mengenai jurnalisme data, sehingga penelitian dapat dilakukan lebih luas dan dapat mengembangkan serta melakukan analisis lebih dalam terkait dengan penelitian manajemen berita berbasis data.
- b. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat berfokus pada salah satu diantara empat komponen manajemen berita, tidak hanya berfokus pada medianya saja.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **BUKU**

Abu Al-Husain Ahmad, *Mu'jam Maqoyiz fi Al-Lughoh* (Cet I; (Beirut: Dar al-Fikr, 1994)), h. 339

Akrim Ridha, *Menjadi Pribadi Sukses; Panduan Melejitkan Potensi Diri*. (Bandung: Syamil Cipta Media, 2002), h. 60. Lih. Juga M. Munir & Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*. Cet. II; (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006)

Alauddin University Press, 2013)

Burhan Bungin, Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi (Jakarta: 2013)

Deddy Mulyana, Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung: 2006)

Djuraid N Husnun, *Panduan Menulis Berita* (Malang : September 2006)

Dr Kusaeri, Metodologi penelitian

Erni Tisnwati Sule, Kurniawan Saefullah. *Pengantar Managemen* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005)

Fathul Bahri An-Nabiry, *Meniti Jalan Dakwah; Bekal Perjuangan Para Da'i*. Cet. I; (Jakarta: Amzah, 2008)

Husain Yunus, Seputar Jurnalistik (Solo: Agustus 1996)

Ilham Badu, Berita Terorisme dalam Perspektif Media Cetak; Studi Kasus Koran Republika dan Koran Kompas, h. 17

Kriyantato, Rachmat, Teknik Praktis Riset Komunikasi (Jakarta: 2006)

Kustadi Suhandang, *Pengantar Jurnalistik: Seputar Jurnalistik, Produk & Kode Etik* (Bandung:September 2004)

Lexy J Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006)

Lihat Fauzi damrah, "ifk" h. Dalam Sahabuddin et al (ed), Ensiklopedia Al-Qur'an, Vol. 1, h. 342

Lihat M. Galib Mattola, "naba" dalam Sahabuddin et al (ed), Ensiklopedia Al-Qur'an: Kajian Kosakata, vol 2 (Jakarta: Lentera Hati, 2007), h. 675

Mahmuddin, *Manajemen Dakwah Dasar: Proses, Model, Pelatihan dan Penerapannya*. Cet. I; (Samata-Gowa: Alauddin University Press, 2011)

Muhammad Alwi Uddin, *Problematika Gerakan Dakwah Muhammadiyah di Sulawesi-Selatan*. Cet. I; (Samata- Gowa:

Khatib Pahlawan Kayo, *Manajemen Dakwah: Dari Dakwah Konfensional Menuju Dakwah Professional.* (Jakarta: Amzah, 2007)

M. Manullah Effendy, *Dasar-dasar Managemen*, (Jakarta: ghalia Indonesia, 1996)

M.Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an,* Vol 15 (Jakarta: Lentera Hati), 2002, h. 26

N. Faqih Syarif H, *Kiat Menjadi Dai Sukses*. (Bandung : PT. remaja Rosdakarya, 2015)

Rahmad Harianto, Dasar Jurnalistik (Surabaya: November 2014)

Richard Barret, Vocational Bussines: Training, Development and Motivating People (Bussines & Economics: 2003)

Robert Kreitner, *Management*. (Boston: Hougton Mifflin Company, 4<sup>th</sup> Edition, 1989)

Sam Abede, *Manajemen Berita* (Surabaya: Papyrus, 2005)

Sedia Wiling Barus, *Jurna<mark>listik: Petunjuk Teknis Menulis Berita* (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama 2010)</mark>

Schramm & Roberts Donald f., *The Process and Effects of Mass Communication*, revised edition, (Urbana-Chicago-London: University of Illionis Press, 1971)

Sudirman Tebba, *Jurnalistim Baru* (Ciputat: Kalam Indonesia. 2005)

Suf Kasman, Jurnalisme Universal; Menelusuri Prinsip-Prinsip Dakwah bi al-Qalam dalam Al-Qur'an. Cet. I; (Jakarta: Teraju, 2004)

Sugiyono, Metode Penelitian

T. Hani Handoko, Managemen, Edisi II

Toto Tasmara, Komunikasi Dakwah. Cet. II; (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997)

Totok Djuroto, Managemen Penerbitan Pers (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004)

Wardi Bachtiar, Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah (Jakarta: logos, 1997)

Yunus Syarifuddin, *Jurnalistik Terapan* (Bandung: Februari 2010)

### **INTERNET**

Asep Syamsil M. Romli, Media Online: Pengertian dan Karakteristik, <a href="http://komunikasi.uinsgd.ac.id/jurnalistik-online-istilah-definisi-dan-karakteristik/">http://komunikasi.uinsgd.ac.id/jurnalistik-online-istilah-definisi-dan-karakteristik/</a> (Diakses pada 12 Maret 2019 pukul 21:48 WIB)

https://id.m.wikipedia.org > wiki (Diakses pada 25 Juni pukul 18.00)

https://www.google.com/amp/s/kbbi.web.id/warta.htlm (Diakses pada 25 Juni 2019 pukul 14.51)

https://www.komunikasipraktis.com/2013/05/10-nilai -berita-news-values-.html?m=1

Klikmu.co/dewan-redaksi/ (Diakses pada 17 juni 2019 pukul 0:34 WIB)

KBBI versi 2.5.0

Muhammad Saifuddin Hakim, *Petunjuk Syariat dalam Menerima dan Menyebar* (*Share*) *Berita*, <a href="https://muslim.or.id/31810-petunjuk-syariat-dalam-menerima-dan-menyebar-share-berita.html">https://muslim.or.id/31810-petunjuk-syariat-dalam-menerima-dan-menyebar-share-berita.html</a>, (Diakses pada hari Selasa Pukul 02.49 WIB)

Muridhwidodo.blogspot.com/2012/09/pengertian-rubrik.html?m=1

Penambahan referensi dari peneliti merujuk pada dosen pembimbing

Penambahan referensi dari penulis

Pengertian Dakwah, dalam <a href="https://romeltea.com/pengertian-jurnalistik-dakwah/">https://romeltea.com/pengertian-jurnalistik-dakwah/</a> (Diakses 16 Maret 2019 pukul 1:20 WIB)

Pengertian Perencanaan, dalam <a href="https://id.wikipedia.org/wiki/Perencanaan">https://id.wikipedia.org/wiki/Perencanaan</a> (Diakses 15 Maret 2019 pukul 14:39 WIB)

Pola Kerja Managemen Keredaksian, dalam <a href="https://kampusindo.com/pola-kerja-managemen">https://kampusindo.com/pola-kerja-managemen</a>. (diakses 1 November 2018)

Simanjuntak Amanda, *Pengertian Pengorganisasian* dalam <a href="https://simanjuntakamanda.wordpress.com/2014/10/19/pengertian-pengorganisasian-organizing-dan-defenisi-struktur-organisasi-tugas-psikologi-manajemen/">https://simanjuntakamanda.wordpress.com/2014/10/19/pengertian-pengorganisasian-organizing-dan-defenisi-struktur-organisasi-tugas-psikologi-manajemen/</a> (Diakses 15 Maret 2019 pukul 14:54)

Starf, Maksud dan arti kata publish berdasarkan KBBI dan berbagai sumber, dalam <a href="https://www.apaarti.com/publish.html">https://www.apaarti.com/publish.html</a> (Diakses 15 Maret 2019 pukul 18:20 WIB)

www.definisimenurutparaahli.com (Diakses pada 25 Juni pukul 17.52)

Yusuf, Pengertian Koordinasi Dalam Manajemen Organisasi dalam <a href="https://jurnalmanajemen.com/pengertian-koordinasi/">https://jurnalmanajemen.com/pengertian-koordinasi/</a> (Diakses 15 Maret 2019 pukul 16:03)

# WAWANCARA

Abdul Kholiq, hasil analisis interview guide pada tanggal 19 Juni 2019 pukul 20.30 WIB

Ahmad Eko, hasil wawancara pada tanggal 14 Juni 2019 pukul 13.20 WIB Syaikhul Islam, hasil wawancara pada tanggal 11 Juni 2019 pukul 13.30 WIB

JURNAL
Jurnal Dakwah Tabligh, Vol. 15, No.2, Desember 2014

