



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**KONSTRUKSI MEDIA VIVA.CO.ID DAN
TEMPO.CO TENTANG IMBAUAN MUI
“WUDHU UNTUK MENCEGAH CORONA”
(Analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M.
Kosicki)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Guna Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos.)**

Oleh

**ERLINA EKA WAHYUNI
NIM. B91217114**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA 2020**

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Erlina Eka Wahyuni

Nim : B91217114

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul *Konstruksi Media Viva.co.id dan Tempo.co tentang Imbauan MUI “Wudhu untuk Mencegah Corona” (Analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki)* adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjuk dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 08 Desember 2020
Yang membuat pernyataan



Erlina Eka Wahyuni
NIM. B91217114

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Erlina Eka Wahyuni
NIM : B91217114
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Konstruksi Media Viva.co.id dan Tempo.co
tentang Imbauan MUI “Wudhu untuk
Mencegah Corona” (Analisis Framing
Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki)

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 08 Desember 2020
Menyetujui
Pembimbing,



Dr. Hj. Luluk Fikri Zuhriyah, M.Ag
NIP. 196912041997032007

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Konstruksi Media Viva.co.id dan Tempo.co Tentang Imbauan
MUI “Wudhu Untuk Mencegah Corona” (Analisis Framing
Zhongdhang Pan dan Gerald M Kosicki)

SKRIPSI

Disusun Oleh
Erlina Eka Wahyuni
B91217114

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam Ujian Sarjana Strata
Satu

Pada tanggal, 11 Januari 2021

Tim Penguji

Penguji I

Dr. Hj. Luluk Fikri Zuhriyah, M.Ag.
NIP. 196912041997032007

Penguji III

Dr. H. Sunarto AS, MEI.
NIP.195912261991031001

Penguji II

Dr. M. Anis Bachtiar, M.Fil.I.
NIP.196912192009011002

Penguji IV

Dr. H. Abd. Syukur, M.Ag.
NIP. 196607042003021001



Surabaya, 11 Januari 2021

Dekan,

Dr. H. Abd. Halim, M.Ag.
NIP. 196307251991031003



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 : ERLINA EKA WAHYUNI
NIM : B91217114
Fakultas/Jurusan : DAKWAH KOMUNIKASI/ KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
E-mail address : Erlinaeka4@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Konstruksi Media Viva.co.id dan Tempo.co tentang Imbauan MUI Wudhu untuk Mencegah Corona (Analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki)

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 26 Januari 2021

Penulis

(Erlina Eka Wahyuni)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Erlina Eka Wahyuni, 2020. *Konstruksi Media Viva.co.id dan Tempo.co Tentang Imbauan MUI “Wudhu untuk Mencegah Corona” (Analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki).*

Penelitian ini bertujuan ingin mengetahui bagaimana konstruksi Media Viva.co.id dan tempo.co tentang imbauan MUI “wudhu untuk mencegah corona?” dan apa perbedaan yang menonjol terkait konstruksi media Viva.co.id dan tempo.co tentang Imbauan MUI “wudhu untuk cegah corona?”. Metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian analisis teks media framing model Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki yang memiliki empat perangkat framing yaitu, sintaksis, skrip, tematik dan retorik.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa, konstruksi media Viva.co.id yakni ingin menjelaskan kepada khalayak bahwa obat virus corona sudah ada yaitu dengan mendekatkan diri kepada Allah. Sementara Tempo.co memandang bahwa wudhu merupakan salah satu cara menangkal virus corona yang sesuai dengan anjuran dari ahli kesehatan. Perbedaan yang menonjol dalam kedua media tersebut terdapat pada unsur sintaksis, skrip dan retorik.

Rekomendasi kepada peneliti selanjutnya agar dapat mengkaji ulang dengan menggunakan metode analisis lainnya, supaya dapat mengetahui konstruksi media dari prespektif lain.

Kata Kunci: *Konstruksi media, Framing, Wudhu, Corona, Imbauan MUI.*

ABSTRACT

Erlina Eka Wahyuni, 2020. *Media Construction Viva.co.id and Tempo.co about MUI Appeal “Wudhu to Prevent Corona”*(*Framming Analysis model of Zhongdang Pan and Gerald M. Kosicki*).

This study aims to know how the construction Viva.co.id and Tempo.co about MUI appeal “wudhu to prevent corona?” and what the difference between of Viva.co.id and Tempo.co media about “MUI appeal wudhu to prevent corona?”. The research methods use a qualitative approach with the type of text analysis of the media framing model of Zhongdang Pan and Gerald M Kosicki which have four framing tools, there are syntax, script, thematic and rhetoric.

The result of this study concluded that, construction of the Viva.co.id media was to explain to the public that corona virus drugs is already available, that is to closer to God. Meanwhile, Tempo.co views that’s wudhu is one of way to prevent corona virus in accordance with health recommendation. The main differences between of two media are in syntax, script, and rhetorical elements.

The recommendation to further research is to can examine with others analysis method to know the media construction from another prespective.

Keywords: *Media Construction, Framming ,Wudhu, Corona, MUI Appeal.*

الملخص

إبريلينا إيكّا وحيوني، 2020. بناء الوسائل الإعلامية *viva.co.id* و *tempo.co* عن تنبيه مجلس العلماء الإندونيسي "الوضوء مانع كورونا" (تحليل التأطير الإعلامي عند زونجندانج فان وجيرالد م. كوسكي).

يهدف هذا البحث لمعرفة كيفية بناء الوسائل الإعلامية *viva.co.id* و *tempo.co* عن تنبيه مجلس العلماء الإندونيسي "الوضوء مانع كورونا" و اي فرق بارز مرتبط ببناء الوسائل الإعلامية البحث المستخدم في هذا البحث منها كفيها، وتحليل النص للوسائل الإعلامية التأطيرية عند زونجندانج فان وجيرالد م. كوسكي كتوع البحث. الذي له أربع أدوات تأطيرية، وهي الأداة النحوية، والأداة التخطيطية، والأداة الموضوعية، والأداة البلاغية.

واستنتج من نتائج هذا البحث، أن بناء الوسيلة الإعلامية *viva.co.id* يريد التوضيح إلى المجتمع أن دواء فيروس كورونا المستجد قد وُجد، وهو التقرب إلى الله. وبناء *tempo.co* يرى أن الوضوء هو أحد طرائق لمنع فيروس كورونا المستجد، وهذا لائق باقتراحات المؤهلين في المجال الصحية. والفرق البارز بينهما وجد في الأداة النحوية، والتخطيطية، والبلاغية. والتركيبية للباحث المستمر، أن يدرس هذه القضية مرة أخرى باستخدام النظريات التحليلية الأخرى، حيث يعرف بناء الوسيلة الإعلامية من الجانب الآخر.

الكلمات المفتاحية: بناء الوسيلة الإعلامية، التأطير، وضوء، كورونا، تنبيه مجلس العلماء الإندونيسي.

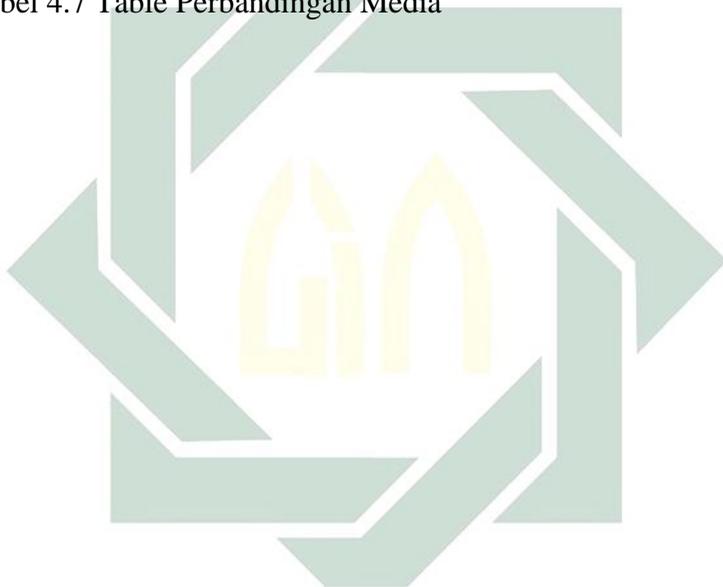
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi Konsep	7
F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN	8
BAB II : KONTRUKSI SOSIAL MEDIA DAKWAH	11
A. Kerangka Teoretik	11
1. Konstruksi Peter L Berger	11
2. Konstruksi Sosial Pada Dakwah	13
3. Analisis Framing Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki	15
4. Media Massa dan Berita	18
5. Media Dakwah	22
6. Wudhu	24
7. Virus Corona	25
B. Kerangka Pemikiran	27
C. Penelitian Terdahulu yang Relevan	28

BAB III : METODE PENELITIAN	37
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	37
B. Unit Analisis	39
D. Tahap Tahap Penelitian	39
E. Teknik Pengumpulan Data	41
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian	42
B. Penyajian Data	61
C. Analisis Data	64
BAB V PENUTUP	87
A. Simpulan	87
B. Rekomendasi	88
C. Keterbatasan Penelitian	89
DAFTAR PUSTAKA	93

DAFTAR TABEL

Table 2.1 Penelitian terdahulu yang relevan	30
Table 4.1 Struktur Manajemen Viva.co.id	44
Tabel 4.2 Struktur redaksi Viva.co.id	45
Tabel 4.3 Struktur Manajemen Tempo.co	54
Tabel 4.4 Struktur Redaksi Tempo.co	55
Tabel 4.5 Analisis Teks Berita Viva.co.id	63
Tabel 4.6 Analisis Teks Berita Tempo.co.id	73
Tabel 4.7 Table Perbandingan Media	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Peneliti	27
Gambar 4.1 Logo Viva.co.id	42
Gambar 4.2 Tampilan website Viva.co.id	47
Gambar 4.3 Logo Tempo.co	53
Gambar 4.4 Tampilan website Tempo.co	58



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Realitas tidak lahir begitu saja, namun menurut pengertian konstruksionis, realitas hadir karena ada yang menciptakan. Konstruksionis memandang suatu realitas tidak bersifat statis, namun realitas bersifat dinamis.¹ Suatu contoh penerapan konstruksionis yaitu, satu peristiwa dapat dimaknai secara berbeda oleh masing-masing orang. Pemaknaan tersebut tergantung dari segi pemahaman dan ideologi masing-masing orang. Sifat konstruksionis yang dapat berubah-ubah sesuai dengan kepentingan ini juga diterapkan melalui bahasa. Penyaluran bahasa dalam komunikasi, membutuhkan suatu perantara yang disebut media.

Konstruksionis dalam komunikasi, menurut McQuail yaitu, semua fakta yang diciptakan oleh media merupakan hasil dari intepretasi, dikarenakan media tidak dapat memberikan realitas sosial yang objektif. Berkenaan dengan hal tersebut, media berpengaruh dalam mengkonstruksi sebuah realitas yang menghasilkan suatu pemaknaan yang berbeda dari realitas tersebut.² Pemaknaan yang berbeda tiap media juga berdasarkan pemahaman orang yang terlibat dalam media tersebut.

Salah satu media yang memiliki kuasa atas konstruksi realitas adalah media massa. Media massa memiliki sifat heterogen yaitu dapat diterima oleh orang

¹ Eriyanto, *Analisis Framing Kontruksi, Ideologi dan Politik Media* (Yogyakarta: LKIS: 2002), 18

² Karman, "Konstruksi Realitas Sosial Sebagai Gerakan Pemikiran (Sebuah Telaah Teoretis Terhadap Konstruksi Realitas Peter L. Berger), *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Komunikasi Dan informatika*, Vol.5 No.3, 2015, 14, 18

banyak. Selain itu media juga memiliki jangkauan yang luas sehingga dapat menjangkau diberbagai lokasi. Sifat media massa tersebut semakin memperkuat bahwa media massa memiliki kuasa dalam mengkonstruksikan realitas peristiwa sesuai dengan prespektif media massa tersebut.³

Salah satu produk media massa yaitu karya jurnalistik. Karya jurnalistik yakni berupa berita, yang dapat dinikmati melalui media cetak, elektronik, dan media internet atau media daring. Jenis media massa yang digunakan untuk menyebarkan berita adalah media daring. Media daring dinilai saat ini lebih dekat dengan masyarakat karena berbagai kemudahan. Salah satu kemudahannya yaitu, kecepatan informasi yang diberikan. Melalui jaringan internet, suatu berita dapat disaksikan hanya dalam hitungan menit. Berbagai berita mengenai fenomena yang terjadi dapat diakses melalui internet. Berita kebaikan maupun berita keburukan dapat dengan mudah ditemukan di media daring. Berita yang memuat kebaikan tersebut dapat dikatakan sebagai media dakwah.

Dari prespektif islam ketika memandang media sebagai media dakwah, jika apa yang disampaikan media tersebut berupa pesan kebaikan⁴. Dakwah sendiri merupakan suatu kegiatan kebaikan untuk menuju ridha Allah SWT sesuai syariat islam. Dalam menyampaikan pesan dakwah, dibutuhkannya media atau perantara agar pesan tersebut bisa sampai kepada penerima. Menurut Gerlach & Ely yang dikutip Ali Aziz dalam bukunya menyatakan bahwa, media terdiri dari manusia, materi

³ Kun Wazis, *Konstruksi Realitas Media Massa; Studi Fenomenologi Awak Redaksi*. (Yogyakarta : Uluh Media,2018), 2

⁴ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2017), 347

dan lingkungan yang membuat orang lain mengetahui suatu pengetahuan.⁵ Oleh karena itu, media tidak hanya seputar alat, namun manusia juga dapat dikatakan sebagai media dakwah.

Merujuk pada pengertian diatas, Majelis Ulama Indonesia atau MUI merupakan salah satu media dakwah. Dikatakan demikian karena peran MUI memberikan pengetahuan atau fatwa untuk umat islam Indonesia dalam aspek kebaikan sesuai syariat islam. MUI merupakan Lembaga yang sudah dikenal masyarakat Indonesia dalam memberikan fatwa-fatwa mengenai permasalahan baik agama maupun pemerintah dari sisi syariat islam. Masyarakat Indonesia khususnya umat muslim memiliki kepercayaan yang besar terhadap MUI. Kepercayaan tersebut menurut Ma'rif Amin dikarenakan MUI berisikan para ulama yang memiliki pengetahuan diberbagai bidang.⁶ Salah satunya yaitu ketika MUI mengeluarkan imbauannya mengenai virus corona.

Virus Corona yaitu penyakit yang menyerang saluran pernafasan yang disertai gejala batuk, sulit bernafas dan demam. Virus ini menyerang di berbagai negara, dalam data WHO (*World Healt Organization*) per tanggal 11 Oktober 2020 sebanyak 215 negara sudah terjangkit virus ini, salah satunya Indonesia. Virus ini sangat menghebohkan masyarakat Indonesia sejak temuan kasus pertamanya pada tanggal 02 Maret 2020. Virus ini dianggap mengerikan karena hingga pada 15 Oktober 2020 belum ditemukanya obat utama dalam

⁵ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2017), 345

⁶ Deti Mega Purnamasari, "*Milad Ke 45 MUI, Wapres: Jaga Kepercayaan Masyarakat Dan Negara*", diakses pada 07 Agustus 2020 dari <https://nasional.kompas.com>

menyembuhkan penyakit tersebut. Oleh karena itu, masyarakat hanya dapat mencegahnya dengan berbagai cara seperti, menjaga jarak antar orang lain, memakai masker ketika beraktifitas diluar rumah, menjaga imunitas tubuh, cuci tangan menggunakan sabun pada air mengalir secara rutin dan menggunakan *handsanitizer*.

Aktifitas mencuci tangan seperti yang dianjurkan berbagai pihak dalam mencegah virus corona tersebut juga didukung oleh MUI. Menurut MUI masyarakat dapat menerapkan anjuran tersebut ketika wudhu. Wudhu yaitu membasuh, mengalirkan dan membersihkan anggota wudhu dengan air mengalir guna untuk menghilangkan hadast kecil.⁷ MUI mengimbau masyarakat bahwa dengan wudhu dapat mencegah corona. Imbauan tersebut merupakan pesan dakwah dalam bidang ibadah yang erat kaitanya dengan kampanye hidup sehat yang kerap dianjurkan oleh pemerintah yaitu cuci tangan.

Imbauan MUI mengenai wudhu untuk mencegah corona tersebut diberitakan oleh media Viva.co.id dan Tempo.co. Media Viva.co.id adalah media massa daring berbasis *news* dan hiburan. Viva.co.id berdiri pada tahun 2002 dibawah naungan PT. Viva Media Baru. Media tersebut memiliki visi sebagai media yang memberikan informasi ringan dan menghibur

Sedangkan media Tempo.co adalah media massa daring yang menempatkan diri sebagai media yang menghadirkan informasi terpercaya ditengah kabar *hoax*. Media massa daring ini berdiri pada tahun 1996, sehingga layak disebut sebagai media daring lama.

⁷ Lela, Lukmawati, "Ketenangan: Makna Dawamul Wudhu" *Jurnal Psikologi islami*, Vol.1 NO. 2, 2015,58

Peneliti tertarik untuk meneliti dua media tersebut karena, keduanya bukan merupakan media yang berlatarbelakang keislaman namun, media tersebut menuliskan dan menyajikan berita yang erat kaitanya dengan syariat islam. Selain itu, media tersebut juga media yang memiliki pengunjung terbanyak dalam *platform* media massa online.

Sesuai dengan konstruksionis, media dalam memaparkan beritanya pasti memiliki perbedaan dalam memahami suatu realita tak terkecuali pada kedua media tersebut. Perbedaan penyampaian itulah yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana konstruksi media Viva.co.id dan Tempo.co.

Untuk mengetahui konstruksi kedua media tersebut peneliti menggunakan analisis framing Zhongdang Pan Dan Gerald M Kosicki. Analisis Framing model ini merupakan framing dengan melihat struktur teks pada berita, karena Zhongdang dan Kosicki melihat teks berita memiliki simbol-simbol yang disusun melalui perangkat simbolik yang digunakan dan akan dikonstruksikan ke publik.⁸

Dalam analisis framing Zhongdang Pan Dan Gerald M Kosicki dapat diketahui apa saja yang ditonjolkan suatu media dalam mengkonstruksikan realitas. Untuk memahami bagaimana mengemas suatu berita dan penonjolan realitas tersebut, dapat dilihat dari elemen kata, kalimat, lead, hubungan antarkalimat, foto, grafik serta perangkat lain.⁹ Elemen-elemen tersebut

⁸ Eriyanto, *Analisis Framing Kontruksi, Ideologi dan Politik Media* (Yogyakarta: LKIS: 2002), 289

⁹ Eriyanto, *Analisis Framing Kontruksi, Ideologi dan Politik Media* (Yogyakarta: LKIS: 2002), 293

merupakan perangkat framing terstruktur yang dapat menandakan suatu framing dari media.

B. Rumusan Masalah

Penelitian ini memiliki rumusan masalahnya yaitu:

1. Bagaimana konstruksi Media Viva.co.id dan Tempo.co tentang imbauan MUI “wudhu untuk mencegah corona?”
2. Apa perbedaan yang menonjol terkait konstruksi Media Viva.co.id dan Tempo.co tentang imbauan MUI “wudhu untuk mencegah corona?”

C. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui:

1. Konstruksi media Viva.co.id dan Tempo.co tentang imbauan MUI “wudhu untuk mencegah corona.”
2. Perbedaan yang menonjol terkait konstruksi media viva.co.id dan Tempo.co terkait imbauan MUI “wudhu untuk mencegah corona”

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoretik
 - a. Penelitian ini memberikan manfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan dakwah mengenai analisis framing model Zhongdang Pan Dan Gerald M Kosicki pada media daring.
 - b. Penelitian ini bermanfaat untuk mahasiswa lainnya, khususnya mahasiswa Prodi Komunikasi Penyiaran Islam sebagai bahan referensi membuat penelitian serupa.
 - c. Hasil penelitian ini sebagai bentuk kontribusi peneliti dalam bidang keilmuan dan kepustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya khususnya Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
2. Manfaat praktis

- a. Hasil penelitian bermanfaat untuk pembaca berita agar mengetahui konstruksi penyampaian realita tiap-tiap media, sehingga memiliki pengetahuan mengenai arah pemberitaan suatu media.
- b. Hasil penelitian ini dapat menjadikan saran dan diskusi bagi para pelaku usaha media dalam penyampaian berita.

E. Definisi Konsep

1. Konstruksi Media

Dalam teori konstruksionis media dianggap sebagai agen pembuat realitas yang ingin ditampilkan. Dalam menyampaikan informasi ke khalayak, media tidak bisa bersikap netral, justru media menafsirkan sesuai kepemahamannya sendiri mengenai suatu informasi yang akan dipublikasikan.¹⁰ Ketika membaca suatu berita, yang ditulis dalam berita tersebut bukan hanya mengenai realitas peristiwa saja namun juga adanya konstruksi dari media tersebut. Dari segi konstruksionis, berita adalah hasil dari konstruksi sosial yang melibatkan ideologi dan pemahaman media. Oleh karena itu, tidak mungkin suatu berita adalah murni hasil dari realitas itu sendiri¹¹

2. Analisis framing

Dilihat dari prespektif komunikasi, analisis framing digunakan untuk mengetahui ideologi media saat merekonstruksi sebuah fakta. Analisis ini

¹⁰ Karman, "Media Dan Konstruksi Realitas (Analisis Framing Terhadap Pemberitaan Koran Tempo Mengenai Khusus Ledakan Bom Di Masjid Mapolres Cirebon)" *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, Vol.16, No. 1, 2012, 29

¹¹ Eriyanto, *Analisis Framing Kontruksi, Ideologi dan Politik Media* (Yogyakarta: LKIS: 2002), 28

mengedepankan strategi seleksi, menonjolkan fakta ke dalam berita dengan bertujuan untuk menarik pasar. Analisis framing termasuk paradigma konstruksionis, yang melihat realitas atau peristiwa fakta adalah hasil konstruksi wartawan atau cara pandang wartawan memahami. Cara pandang tersebutlah yang menentukan fakta apa yang diambil dan sisi mana yang dihilangkan ataupun ditampilkan. Begitu pula memandang sebuah media sebagai agen konstruksi. media adalah subjek yang mengkonstruksi realitas sesuai dengan pandangnya.¹² Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis framing milik Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki yang memiliki empat perangkat analisis. Perangkat tersebut dapat digunakan untuk mengetahui bagaimana konstruksi suatu media yaitu, struktur sintaksis, skrip, tematik dan retorik.¹³

F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

1. Bagian Awal

Bagian awal yang terdiri dari, judul penelitian, persetujuan dosen pembimbing, pengesahan tim penguji, motto dan persembahan, pernyataan otensitas skripsi, abstrak, kata pengantar, daftar isi, daftar table, daftar gambar.

2. Bagian Inti yaitu pendahuluan yang terdiri dari;

BAB I. Bab ini berisi pendahuluan dengan meliputi: latar belakang masalah mengapa memilih penelitian ini dengan menjelaskan ketertarikan

¹² Mohammad Zamroni, *Filsafat Komunikasi Pengantar Ontologis, Epistemologis, Aksiologis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 95-96

¹³Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik Dan Analisis Framing*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), 175

peneliti. Rumusan masalah yaitu untuk pertanyaan peneliti yang akan ditemukan jawabannya pada penelitian ini. Tujuan penelitian, adalah untuk menjawab rumusan masalah tersebut untuk apa penelitian ini dilakukan. Serta manfaat penelitian adalah hal apa yang berguna secara teoritis maupun praktis dengan penelitian ini. Definisi konsep, merupakan penjabaran dari judul penelitian agar penelitian lebih fokus dan terarah. Terakhir adalah sistematika pembahasan, mengenai garis besar pembahasan dalam setiap bab.

BAB II. Di bab ini berisi kajian teoretik, yaitu elaborasi teori dan riset terdahulu, agar peneliti memiliki landasan ilmiah dalam melakukan penelitian. Bab tersebut meliputi, kerangka teoretik dan penelitian terdahulu. Kerangka teoretik adalah penelitian ini menggunakan teori apa yang relevan dengan topik penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan konsep konstruksi Peter L. Berger, Konstruksi sosial pada dakwah, Analisis Zhongdang Pan dan Gerald M. Kosicki, Media masa dan berita, media dakwah, wudhu dan virus corona. Serta menampilkan penelitian terdahulu untuk melihat keaslian penelitian ini dan keunikannya.

BAB III. Bab ini berisi metode penelitian yang meliputi, pendekatan dan jenis penelitian, unit analisis, jenis dan sumber data, tahap tahap penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV. Pada bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan yang meliputi: gambaran umum subyek penelitian yang berisi sejarah, visi misi, struktur organisasi dan kontak dari media Viva.co.id dan Tempo.co. Selanjutnya adalah sub bab penyajian

data, yang menampilkan berita tentang imbauan MUI wudhu untuk mencegah corona dalam media Viva.co.id dan Tempo.co. dan yang terakhir adalah analisis data yang berupa hasil pembahasan pada kedua media tersebut. hasil penelitian itu tentunya memuat dari prespektif teoretis dan prespektif keislaman.

BAB V. Bab terakhir ini merupakan penutup yang meliputi yang terdiri dari sub bab simpulan,yaitu menyimpulkan kembali hasil analisis yang menjawab rumusan masalah. Selanjutnya sub bab rekomendasi dari hasil temuan penelitian ini dan yang terakhir adalah sub bab keterbatasan penelitian yaitu kekurangan dalam penelitian ini.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir berisi daftar pustaka dan lampiran-lampiran yang diperlukan dalam penelitian ini.

BAB II

KONTRUKSI SOSIAL MEDIA DAKWAH

A. Kerangka Teoretik

1. Konstruksi Peter L Berger

Paradigma konstruksionis menurut Peter L Berger yakni memandang realitas itu diciptakan secara sosial melalui pengetahuan. Seseorang membangun pengetahuan terhadap realita berdasarkan pada pengetahuan yang telah dipahami. Pengetahuan yang dijelaskan oleh Berger adalah realitas sosial masyarakat yang terjadi, kemudian dikonstruksikan melalui 3 proses yakni, objektivasi internalisasi dan eksternalisasi.

objektivasi yakni kegiatan manusia dalam mencurahkan ekspresi dirinya baik dalam bentuk fisik maupun psikis. Internalisasi adalah hasil objektivasi diserap kembali hingga suatu realita dapat dimaknai sebagai suatu produk manusia. Eksternalisasi yaitu hasil objektivasi dibagikan ke orang lain.¹⁴

Menurut Berger, realitas tidak terjadi begitu saja, namun realitas tercipta karena dikonstruksi atau dibentuk. Oleh karena itu, realitas dapat dipahami secara berbeda setiap orang. Berger juga menganggap bahwa manusia dan masyarakat adalah produk yang terus menerus menghasilkan konstruksi realitas.

Konstruksi realitas salah satunya yakni mendeskripsikan peristiwa. Dalam hal ini, media mempunyai peran dalam mengkonstruksikan realitas

¹⁴ Karman, "Konstruksi Realitas Sosial Sebagai Gerakan Pemikiran (Sebuah Telaah Teoretis Terhadap Konstruksi Realitas Peter L. Berger), *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Komunikasi Dan informatika*, Vol.5 No.3, 2015, 17-18

tersebut. Media menyusun realitas dari berbagai peristiwa hingga terbentuklah berita yang memiliki makna. Oleh karenanya dapat dikatakan bahwa apa yang ditulis media merupakan hasil dari realitas yang telah dikonstruksikan yang mempunyai makna.¹⁵

Awalnya, Berger tidak menempatkan media massa dalam posisi penting terhadap konstruksionis. Pada saat Berger mengeluarkan teori ini, yakni pada tahun 1960an, media massa di Amerika saat itu belum memiliki daya tarik. Sehingga semakin berkembangnya zaman, teori ini direvisi menjadi menempatkan media massa sebagai elemen penting dalam konstruksi realitas sosial.¹⁶

Dalam mengkonstruksikan realitas, wartawan melakukan tiga tahap yang sudah dijelaskan Berger diatas. Pertama wartawan melakukan objektivasi yaitu melakukan presepsi terhadap peristiwa. Selanjutnya, hasil dari presepsi tersebut diinternalisasi ke diri wartawan, dan yang terakhir wartawan melakukan eksternalisasi yaitu dengan menuliskan sebuah berita.

Eriyanto dalam bukunya mendefinisikan bahwa realitas diciptakan sesuai dengan sudut pandang wartawan. Sesuai dengan paradigma konstruksionis, realitas bersifat subjektif, yaitu realitas ada karena ada yang membentuk dan bukan terjadi secara alami. Artinya, dalam memberitakan sebuah peristiwa, wartawan tidak mengambil secara murni apa yang

¹⁵ Aris Badara, *Analisis Wacana: Teori, Metode, dan Penerapannya pada Wacana Media*, (Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2012) , 8

¹⁶ Karman, "Konstruksi Realitas Sosial Sebagai Gerakan Pemikiran (Sebuah Telaah Teoretis Terhadap Konstruksi Realitas Peter L. Berger), *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Komunikasi Dan informatika*, Vol.5 No.3, 2015, 19

dilihatnya, namun sesuai dengan pemahaman wartawan tersebut.

Salah satu produk dari media massa adalah jurnalistik. Menurut MacDougall yang dikutip oleh Hikmat Kusumanigrat, Jurnalistik adalah kegiatan menghimpun berita, mencari fakta dan melaporkan peristiwa.¹⁷ Dalam praktik jurnalistik, menurut Eryanto tidak dapat dihindari dari opini wartawan. Jika terjadi perbedaan makna berita dari media satu dengan yang lain tidaklah dianggap salah. Menurut konstruksionis hal itu merupakan kewajaran karena setiap wartawan memahami suatu peristiwa berbeda-beda.

Berita bukan merupakan produk individu wartawan saja, namun juga merupakan hasil konstruksi dari organisasi atau perusahaan media. Oleh karena itu, dalam konstruksionis wartawan tidak hanya bertugas melaporkan peristiwa saja, namun juga menjadi agen konstruksi.

2. Konstruksi Sosial Pada Dakwah

Dakwah akan kehilangan tempat jika tidak menyesuaikan dengan perubahan sosio kultural pada masyarakat yang begitu cepat. Mengutip dari Amrullah Ahmad, yang ditulis dalam buku Sarbini menjelaskan bahwa dakwah yang selama ini dilakukan belum mampu mengimbangi arus perubahan masyarakat yang dikarenakan perkembangan teknologi dan pengetahuan.¹⁸ Pemikiran dakwah melihat dakwah sebagai suatu

¹⁷ Hikmat Kusumanigrat dan Purnama Kusumanigrat, *Jurnalistik Teori dan Praktik*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016). 15

¹⁸ Ahmad Sarbini, "Paradigma Baru Pemikiran Dakwah Islam", *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 4, No.15, 2010, 880

kebutuhan masyarakat, oleh karena itu dakwah haruslah dapat menjawab persoalan-persoalan yang terjadi di masyarakat.

Menurut Masdar F. Mas'udi yang dikutip oleh Sarbini dalam bukunya, manusia adalah makhluk yang baik dan mentaati perintah Allah SWT.¹⁹ Namun jika manusia tidak sesuai dengan fitrah sucinya, maka hal itu tidak berasal dari diri manusia itu sendiri, melainkan dari pengaruh diluar dirinya, yang mengakibatkan fitrah kesucianya dilupakan. Sesuatu yang menggoda tersebut dapat berasal dari realitas sosial yang terjadi di sekitarnya. Maka dengan pemikiran dakwah baru, dakwah perlu mentransformasikan realitas sosial sesuai dengan nilai-nilai keislaman.

Teori konstruksioni sosial, Peter L Berger menempatkan masyarakat dan individu sebagai objek proses konstruksi. Realita yang terjadi dibangun lagi sesuai dengan pemahaman dan kepentingan masing-masing individu. Begitu pula konstruksi media yang tidak dapat dipisahkan dari membangun realita. Dalam mengkonstruksi realitas, media membangun sebuah realita menjadi produk media yang menarik seperti pemberitaan.

Konstruksi sosial dengan dakwah memiliki relevansi, yaitu dakwah dan media sama-sama mengkonstruksikan sebuah realitas untuk tujuan tertentu sesuai dengan yang dipahami individu. Dakwah mengkonstruksikan sebuah realitas dengan pemahaman yang sesuai dengan nilai-nilai keislaman guna menuju kebaikan sesuai ajaran islam.

¹⁹ Ahmad Sarbini, "Paradigma Baru Pemikiran Dakwah Islam", *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 4, No.15, 2010, 883

3. Analisis Framing Zhongdang Pan Dan Gerald M Kosicki

Jika konstruksionis adalah proses seseorang membangun sebuah realitas sesuai dengan pemahamannya, maka cara yang digunakan untuk membangun tersebut yaitu dengan analisis framing. Lebih jelasnya, framing digunakan untuk menggambarkan proses seleksi sebuah realita oleh media. Untuk mengetahui bagaimana media menyeleksi isu dan menulis berita digunakanlah sebuah framing.²⁰

Pada mulanya, analisis framing bukan termasuk merupakan analisis komunikasi. Analisis tersebut merupakan bagian dari teori sosiologi dan psikologi. Pada proses psikologi, terlihat bagaimana manusia memproses suatu informasi dalam dirinya sehingga manusia dapat menentukan bagian mana yang penting dan yang tidak penting. Sementara itu, jika psikologis terjadi dalam diri manusia, maka sosiologis adalah menempatkan kondisi lingkungan sosial dalam mengkonstruksi realita. Kondisi lingkungan yang dimaksud yaitu berupa nilai-nilai kepercayaan yang ada dalam masyarakat.

Secara sederhana analisis framing digunakan untuk mengetahui bagaimana realitas peristiwa dibingkai oleh media. Media dan wartawan secara aktif membentuk realitas. Framing yakni cara membuat pesan lebih menonjol sehingga membuat

²⁰ Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Dan Analisis Framing* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015),162

menarik pada pesan tersebut.²¹ Zhongdang dan Kosicki melihat teks berita memiliki kode yang membutuhkan pemaknaan. Pemaknaan tersebut dapat dilihat dari perangkat tanda yang ditampilkan dalam teks berita. Tanda tersebut terdiri dari kutipan sumber, latar informasi, pemakaian kata atau kalimat kedalam seluruh teks berita. Maka, dalam menentukan suatu framing media, Zhongdang dan Kosicki menggunakan pemilihan kata atau simbol melalui aturan tertentu.²²

Pan dan Kosicki merumuskan ada 4 perangkat framing yang digunakan untuk mengetahui konstruksi media.²³

1. Sintaksis, yaitu bagaimana wartawan menyusun peristiwa. Dapat dilihat dari susunan berita pada headline, lead, latar informasi, sumber dan penutup. Bagian itu tersusun teratur hingga membentuk skema yang menjadi pedoman bagaimana realitas disusun. Pada bagian ini, menunjukkan bagaimana wartawan akan membawa suatu berita tersebut dan akan disusun seperti apa. Headline merupakan struktur berita yang mewakili framing. Headline memiliki kekuatan dalam menarik pembaca. Sedangkan lead memberikan prespektif dari peristiwa yang dibuat berita.

²¹ Eriyanto, *Analisis Framing Kontruksi, Ideologi dan Politik Media* (Yogyakarta: LKIS: 2002), 290

²² Eriyanto, *Analisis Framing Kontruksi, Ideologi dan Politik Media* (Yogyakarta: LKIS: 2002), 293

²³ Eriyanto, *Analisis Framing Kontruksi, Ideologi dan Politik Media* (Yogyakarta: LKIS: 2002), 295

2. Skrip. Pada bagian ini, untuk mengetahui bagaimana cara wartawan mengisahkan fakta. Berita yang lengkap adalah yang memuat unsur 5W+1H, pada perangkat framing ini dapat dilihat apakah wartawan menggunakan unsur-unsur berita tersebut atau hanya sebagian. Hal itu tentu akan memiliki makna yang berbeda jika salah satu unsur tidak dimasukkan.

Kelengkapan berita juga dapat dilihat bagaimana wartawan menyusun hal-hal yang akan dijadikan sudut pandang pemberitaan. Bagaimana wartawan mengolah starteginya dalam menyembunyikan atau menampilkan fakta.

3. Tematik. Perangkat ini melihat bagaimana wartawan menuliskan sebuah peristiwa. Dalam memaparkan peristiwa itu, dapat dilihat bagaimana detail penulisan, maksud kalimat, hubungan antar paragraf, apakah koherensi atau tidak. Koherensi adalah melihat apakah antar kalimat yang dituliskan wartawan saling berhubungan atau tidak.

4. Retoris. Dalam perangkat ini dapat diketahui bagaimana wartawan menekankan sebuah peristiwa atau fakta menggunakan pemilihan kata. Dalam menekankan arti tertentu, wartawan menggunakan idiom, gambar ataukah grafik. Pemilihan kata juga menentukan ideologi, bisa jadi peristiwa yang sama namun ditulis dengan kata yang berbeda.

Perangkat retorisi ini juga menunjukkan bagaimana wartawan meyakinkan bahwa

berita yang ditulis tersebut adalah benar. Menurut Zhongdang dan Kosicki, dalam melihat konstruksi media tidak cukup hanya kata atau kalimatnya saja, namun juga bisa dilihat dari grafis. Grafis berupa penggunaan garis miring, tebal, garis bawah dan ukuran huruf yang lebih besar dari yang lain. Elemen grafis juga berupa gambar atau foto, yang umumnya digunakan wartawan dalam mendukung sebuah fakta yang ditulis.

4. Media Massa dan Berita

a. Karakteristik media massa

Media massa merupakan alat untuk berkomunikasi yang dapat mencapai khalayak luas dan tidak terbatas.²⁴ Media massa memiliki karakteristik yang tidak jauh beda dengan komunikasi massa, menurut Charles Wright karakteristik tersebut yaitu:²⁵

1. *Large*, penerima pesan dari media massa dapat tersebar di berbagai lokasi dan dapat diterima oleh orang banyak
2. *Heterogen*, berbagai lapisan masyarakat (ekonomi, umur, jenis kelamin, pekerjaan, agama, ras) dapat menerima pesan.
3. *Anonim*, anggota dari media massa yang merupakan pembuat dan penerima pesan tidak saling mengenal secara pribadi.

²⁴Isti Nursih Wahyuni, *Komunikasi Massa* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 7

²⁵ Isti Nursih Wahyuni, *Komunikasi Massa* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 3

Sedangkan menurut Hafied Cangara dalam buku pengantar ilmu komunikasi, karakteristik media massa yaitu:

1. Melembaga, yakni pengelolaan media massa bukan secara individu namun secara terorganisasi. Segala aktifitas media dilakukan oleh banyak orang.
2. Bersifat satu arah, yaitu hasil dari produk media massa minim terjadi komunikasi antara pengirim dengan penerima. Bisa saja terjadi hubungan timbal balik, namun memerlukan waktu dan tertunda.
3. Meluas dan serempak artinya informasi yang dikeluarkan oleh media dapat diterima khalayak luas dimanapun berada dalam waktu yang sama.
4. Menggunakan peralatan teknis seperti surat kabar, radio, televisi, surat kabar, internet dll
5. Terbuka, yaitu pesan yang disampaikan dapat diterima oleh siapa saja dan dari kalangan manapun.²⁶

Dengan demikian dapat dipahami bahwa media massa adalah alat komunikasi yang dapat menjangkau secara luas dan dapat diakses oleh siapapun dan memiliki pangsa pasar yang luas. Sehingga media massa dapat mengubah sikap, pendapat dan perilaku orang yang menerima pesanya. Salah satu media massa yang memiliki karakteristik diatas adalah media daring.

²⁶ Nur Fadilla, "Unsur Layak Berita Pada Produk Jurnalistik Rubrik Infotainment Di Media Online Analisis Isi Pada JPNN.Com Edisi Desember 2015"*Skripsi*, Jurusan Ilmu Komunikasi Faktultas Ilmu Sosial Imu Politik Universitas Muhamadiyah Malang, 2017, 7

Media massa memiliki keunggulan yaitu, media berfungsi sebagai *issue intensifier*. Dengan fungsi itu media dapat membuat realita sebagai isu. Yang kedua, adalah media berfungsi sebagai *conflict diminsher*, yaitu media dapat mentiadakan suatu realita atau menyembunyikanya dengan tidak mempublikasi dalam medianya. Hal tersebut biasanya dilakukan jika bertentangan dengan ideologi media tersebut. Ketiga, berfungsi sebagai *conflict resolution*, media merupakan mediator dari berbagai konflik dan melakukan penyelesaian. Terakhir adalah media yang membentuk sebuah opini publik.²⁷

b. Berita.

Berita adalah laporan mengenai suatu peristiwa yang terbaru dan memiliki daya ketertarikan untuk khalayak luas. Peristiwa tersebut tentu memiliki data dan berdasarkan fakta.²⁸ Berita merupakan salah satu produk jurnalistik yang erat kaitanya dengan konsumsi masyarakat terhadap sebuah *trend* atau isu.

Jenis berita dapat dibedakan menjadi dua, yakni berita *staright news* dan *feature*. *Straight news* adalah berita langsung yang dapat dipahami informasinya. Dalam *straight news* paparan suatu peristiwa dijelaskan secara *to the point* yaitu hanya menjelaskan yang terjadi saja. Sedangkan berita *feature* adalah berita tidak langsung, yaitu tidak langsung menunjukkan faktanya namun menjelaskan

²⁷ Kun Wazis, *Konstruksi Realitas Media Massa; Studi Fenomenologi Awak Redaksi*. (Yogyakarta : Uluh Media,2018), 33

²⁸ Kustadi Suhandang, *Pengantar Jurnalistik Organisasi, Produk Dan Kode Etik* (Bandung: Nuansa Cendekia, 2016), 112

hal-hal lain guna menarik pembaca. Umumnya, berita ini bersifat santai tidak seperti *staright news*.

Tidak semuanya peristiwa dapat diangkat menjadi sebuah berita dan dipublikasikan. Media dalam memilih berita menggunakan standart publikasinya agar berita tersebut menarik pembaca hal itulah yang disebut *news value* atau nilai berita. Berikut adalah macam-macam *news value*:²⁹

1. Aktualitas, yaitu berita yang menarik adalah berita yang terbaru, yang sedang hangat diperbincangkan. Dengan demikian para pembaca akan memilih membaca berita sesuai dengan apa yang terjadi saat itu.
2. *Proximity*, merupakan kedekatan peristiwa dengan pembaca. kedekatan yang dimaksud bukan hanya dekat secara lokasi kejadian, namun juga dekat secara hati atau perasaan yang sesuai dengan yang pembaca rasakan.
3. Dampak, yaitu seberapa berimbasnya peristiwa tersebut untuk khalayak sehingga layak untuk diangkat. Jika semakin luas khalayak yang terkena dampaknya, maka berita tersebut semakin memiliki nilai ketertarikan.
4. *Human Interest*, merupakan suatu peristiwa yang memiliki nilai simpati dan empati terhadap pembaca atau masyarakat. Sehingga ketika membaca

²⁹ Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik Teori dan Praktik*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016). 61

berita akan menggugah perasaan pembaca.

5. Konflik, merupakan suatu peristiwa yang menarik diberitakan karena mengandung pertentangan.
6. Unik, suatu peristiwa yang tidak lazim atau aneh membuat orang penasaran tentang kejadian tersebut, sehingga menarik untuk diberitakan.
7. Seks, dinilai sering sebagai kebutuhan setiap manusia. Seks selalu mengundang ketertarikan pembaca berita. Seks dalam hal ini tidak hanya diartikan sebagai hubungan fisik, namun juga berupa hubungan keluarga para tokoh terkenal atau isu-isu pernikahan.

5. Media Dakwah

Menurut bahasa dakwah ialah mengajak, menyeru dan memanggil. Lebih rincinya dakwah adalah suatu kegiatan persuasif untuk meningkatkan keimanan manusia sesuai syariat islam. Suatu kegiatan dapat dikatakan dakwah ketika memenuhi salah satu atau ketujuh unsur-unsur dakwah yang terdiri, pendakwah, mitra dakwah, pesan dakwah, metode dakwah, media dakwah, logistik dakwah, dan efek dakwah.³⁰ Mengutip dari Endang Saifuddin Anshari yang ditulis dalam buku Ali Aziz, kandungan pesan dakwah sama seperti pokok-pokok ajaran islam yaitu, akidah, syariah, akhlak.

Dalam proses penyampaian pesan dakwah, dibutuhkanya suatu medium atau perantara antara seorang pendakwah dengan mitra dakwah. Medium

³⁰ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2017), 176-177

tersebut dikenal dengan istilah media dakwah. Merujuk pada arti media, adalah alat untuk menyalurkan gagasan manusia. Dengan demikian media dan dakwah erat kaitanya untuk keberlangsungan proses dakwah tersebut. walaupun media diperlukan, namun kesuksesan dakwah memang tidak diukur dengan seberapa hebat mediana. Media merupakan salah satu cara untuk menuju kesuksesan dakwah. Alat yang dapat digunakan sebagai media dakwah sangat beragam jenisnya, semua itu tergantung dengan tujuan penggunaan alat tersebut. jika digunakan untuk berdakwah, maka dapat disebut sebagai media dakwah.³¹ Menurut Ali Aziz, media tersebut dapat dibagi menjadi tiga, yaitu media auditif, media visual dan media audiovisual.³² Media auditif adalah, alat yang hanya dapat mengeluarkan suara, artinya ketika digunakan sebagai alat dakwah hanya dapat dinikmati suaranya saja. Media Visual merupakan media yang hanya dapat dilihat berupa tulisan, tidak ada suara yang dapat didengar. Sedangkan media audiovisual adalah penggabungan dari kedua media yang dapat dilihat sekaligus dapat didengar.

Media dakwah menurut Arifin terdiri dari tiga macam yaitu³³:

- a. *Spoken word*. Media yang mengeluarkan bunyi dan hanya dapat ditangkap oleh telinga. Contohnya, radio dan telepon

³¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2017), 347

³² Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2017), 351

³³ Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 89

- b. *Printed Writing*. Media ini dapat ditangkap dengan mata karena media ini mengeluarkan tulisan, contohnya surat kabar, majalah, brosur, buku dll.
- c. Media yang menyalurkan gambar hidup, yakni dapat ditangkap dengan mata sekaligus telinga, seperti film, dan televisi.

6. Wudhu

Menurut Imam An-Nawawi (w. 676 H) dalam kitab al-Majmu' Syarh al-Muhadzadzab secara bahasa arab kata wudhu' berasal dari kata *Al-Wadha'ah* (الْوَضَاءَةُ) yang bermakna kesucian. Sedangkan menurut istilah syar'i wudhu merupakan aktifitas khusus menggunakan air dengan diawali niat.³⁴

Sedangkan pengertian lain wudhu menurut bahasa adalah indah, dan membersihkan anggota wudhu guna menghilangkan hadas kecil adalah pengertian secara syara'.³⁵ Umumnya wudhu adalah suatu kegiatan yang dilakukan umat islam sebelum melakukan sholat, karena wudhu adalah salah satu syarat sah sholat.

Untuk melaksanakan wudhu yang sah, memiliki enam rukun wudhu yaitu:

- a. niat saat membasuh muka.
- b. adalah membasuh muka
- c. membasuh kedua tangan hingga siku,
- d. mengusap sebagian kepala,
- e. membasuh kedua kaki hingga mata kaki

³⁴ Muhammad Ajib, *Fiqh Wudhu Versi Madzab Syafi'iy*, (Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2019),6

³⁵ Moh Rifa'I, *Risalah Tuntunan Shalat Lengkap* (Semarang: Toha Putra, 1976), 6

- f. melaksanakan semuanya dengan berurutan atau tertib.

Ada beberapa hal yang dianjurkan dalam wudhu yaitu ketika dilakukan mendapat pahala jika tidak dilakukan tidak berdosa yang disebut sunah wudhu.

1. Membaca basmallah pada awal wudhu
2. Membasuh kedua telapak tangan pada permulaan wudhu
3. Berkumur
4. Bersiwak
5. Membasuh lubang hidung
6. Mengusap seluruh kepala dengan air
7. Mendahulukan anggota kanan
8. Mengusap kedua telinga luar dan dalam
9. Menyela jari tangan dan kaki
10. Membaca doa setelah wudhu

7. Virus Corona

Pada awal bulan Desember 2019, masyarakat di kota Wuhan Tiongkok terserang pneumonia yang tidak diketahui penyebabnya. Gejala penyakit ini terus berkembang setiap hari, masyarakat Wuhan terus mengalami keluhan yang sama. WHO (*World Health Organization*) kemudian melakukan penelitian dan mengumumkan bahwa virus tersebut masih satu rumpun dengan virus yang pernah menyerang pada tahun 2003 dengan sebutan SARS dan MERS pada tahun 2012. Virus baru yang menyerang pada bagian pernafasan manusia ini disebut virus *Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus* (SARS-CoV-2) atau corona.

Virus ini merupakan virus Rantai tunggal yang dapat disebabkan oleh hewan dan diduga berasal dari kelelawar. Jumlah kasus terus bertambah hingga

akhirnya WHO mengkonfirmasi bahwa virus ini dapat menular antar manusia. Tanggal 11 Maret 2020, WHO mengumumkan bahwa Covid 19 ini menjadi pandemi dunia.³⁶

Hingga Oktober 2020 virus ini belum juga ditemukan obatnya. Cara yang dapat dilakukan saat ini adalah mencegah virus tersebut. dalam upaya pencegahannya pemerintah Indonesia mengeluarkan keputusan tentang protokol kesehatan yang ditulis dalam Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/MENKES/382/2020 Tentang Protokol Kesehatan Bagi Masyarakat Di Tempat Dan Fasilitas Umum Dalam Rangka Pencegahan Dan Pengendalian *Corona Virus Disease* 2019(Covid 19). Protokol Kesehatan tersebut antara lain berisi:

1. Perlindungan Kesehatan Individu. Virus ini dapat menular lewat droplet yang mengandung virus corona yang masuk melewati hidung, mulut dan mata. Oleh karenanya cara yang dilakukan untuk menghindari hal tersebut yaitu:
 - a. Menggunakan alat pelindung diri berupa masker ketika berada diluar rumah atau sedang beraktifitas dengan orang lain
 - b. Mencuci tangan menggunakan sabun secara teratur dengan air mengalir.

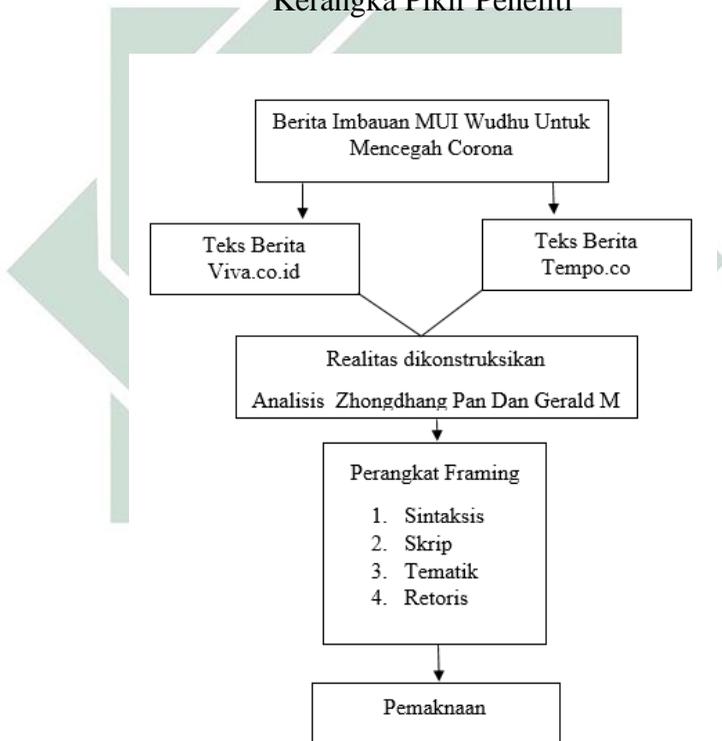
³⁶Erlina Burhan, Agus Dwi Susanto, Dkk ,*Pedoman Tata Laksana Covid 19 Edisi 3* (Jakarta: diterbitkan bersama Perhimpunan Dokter Spesialis Paru,Spesialis Kardiovaskular, Spesialis Penyakit Dalam, Perhimpunan Dokter Anestsiologi Dan Terapi Intensif, Ikatan Dokter Anak Indonesia, 2020), 1

Menggunakan cairan antiseptik *handsanitizer*.

- c. Menjaga jarak dengan orang lain minimal 1 meter
- d. Meningkatkan daya tahan tubuh dengan hidup sehat dan bersih.³⁷

B. Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1
Kerangka Pikir Peneliti



³⁷ Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/MENKES/382/2020 Tentang Protokol Kesehatan Bagi Masyarakat Di Tempat Dan Fasilitas Umum Dalam Rangka Pencegahan Dan Pengendalian Corona Virus Disease 2019(Covid 19), 7

C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Sebagai bahan pendukung dan referensi penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki hubungannya dengan penelitian ini. Meskipun demikian, penelitian ini tentu memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya. Berikut penelitian sebelumnya yang digunakan peneliti sebagai bahan inspirasi:

1. Praktik Jurnalisme Konstruktif Media Pada Isu Kepanikan Moral Selama Pandemi Covid 19 analisis Framing Model Robert N. Entman Dalam Berita Corona Indonesia Detik.com Pada Periode 2-4 Maret 2020. Oleh Heri Sevryanto Siregar, sarjana Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Diplomasi di Universitas Pertamina.

Tujuan penelitian itu untuk mencari tahu bagaimana media detik.com membingkai kepanikan moral dari peristiwa covid 19 . Penelitiannya merupakan deskriptif kualitatif dengan metode analisis framing Robert N. Entman serta Teknik pengumpulan data berupa observasi.

2. Analisis Framing pemberitaan Anies Baswedan dan pembatasan Sosial berskala Besar (PSBB) Wilayah Jakarta Saat pandemik Covid 19. Oleh Sarah Damara Putri Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Bakrie, Studi pada Tempo.co dan Liputan6.com periode 10-23 April 2020.

Penelitian ini menganalisis teks berita mengenai Anies Baswedan Selama pemberlakuan PSBB di Jakarta pada

10-23 April 2020. Penelitian ini menggunakan teks berita tersebut sebagai objek penelitiannya. Penelitian tersebut merupakan penelitian kualitatif dengan metode analisis framing Zhongdang Pan Dan Gerald M Kosicki.

3. Analisis Framing Pemberitaan Generasi Milenial dan Pemerintah Terkait Covid-19 di Media Online. Oleh Kheyene Molekandella Boer, Mutia Rahwa Pratiwi dan Nalal Muda Universitas Mulawarman Samarinda, Universitas Dian Nuswantoro Semarang dan Politeknik APP Jakarta.

Penelitian tersebut membahas mengenai pemberitaan Gugus Tugas Penanganan Covid 19 di edisi 20-23 Maret 2020. Media yang diteliti adalah Kompas.com, CNNIndonesia.com, dan Liputan6.com. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis framing Robert N. Entman

4. Analisis Framing Pemberitaan Kebijakan Pemerintah Terkait Ketenagakerjaan Sebagai Dampak Covid 19 di Kompas dan Malaysiakini. Ditulis oleh Merry Fridha Try Palupi dan Rahmat Edi Irawan dari Universitas 17 Agustus Surabaya dan Universitas Bina Nusantara Jakarta.

Pada penelitian tersebut fokus mengkaji masalah ekonomi sebagai dampak dari adanya Virus Corona yang diberitakan oleh media daring Kompas dan Malaysiakini. Penelitian tersebut menggunakan analisis framing model Robert N. Entman dengan tujuan untuk mengetahui framing dari kedua media tersebut.

5. Analisis Framing Berita Pemberhentian PSBB Surabaya Raya di Media Online Kompas.com dan

Suarasurabaya.Net oleh Ruri Handariastuti, Zainal Abidin, Airlangga Bramayudha dari Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dan Universitas Pembangunan Nasiona “Veteran” Jawa Timur.

Penelitian ini membahas mengenai berita pemberhentian PSBB di Surabaya dengan media yang dikaji merupakan media nasional Kompas.com dan media daerah Suarasurabaya.net. penelitian ini menggunakan analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki.

Table 2.1
Penelitian terdahulu yang relevan

No	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Praktik Jurnalisme Konstruktif Media Pada Isu Kepanikan Moral Selama Pandemi Covid 19 analisis Framing Model Robert N. Entman Dalam Berita Corona Indonesia Detik.com Pada Periode 2-4 Maret 2020	Hasil dari penelitian ini menunjukkan, detik.com menampilkan isu kepanikan moral sabagi akibat dari adanya virus corona di Indonesia. Pernyataan-pernyataan pemerintah mengenai kasus pertama kali di Indonesia dan fenomena di	Penelitian ini menggunakan isu covid 19, namun penelitian yang dilakukan peneliti mengambil objek imbauan MUI untuk mencegah corona dengan cara wudhu. Sementara untuk pemilihan subjek penelitian juga berbeda. Peneliti

		masyarakat menjadi pernyataan pertama dalam menulis berita di detik.com.	menggunakan media viva.co.id dan tempo.co sementara penelitian milik Heri Sevryanto Siregar menggunakan satu media saja yaitu detik.com
2	Analisis Framing pemberitaan Anies Baswedan dan pembatasan Sosial berskala Besar (PSBB) Wilayah Jakarta Saat pandemik Covid 19.	Hasil penelitian ini mengungkapk an bahwa media Tempo.co dan Liputan6.co hanya focus terhadap Anies Baswedan yang merupakan objek utama berita. Anies Baswedan juga dijadikan satu-satunya sumber berita, sehingga kedua media tersebut memperlihatkan hanya dari	Penelitian ini memiliki kesamaan mendasar yaitu dalam penggunaan analisis framing, yaitu menggunakan model Zhongdang Pan Dan Gerald M Kosicki serta pendekatan kualitatif. Namun terdapat perbedaan yaitu pada media yang diteliti, penelitian ini menggunakan media viva.co.id dan

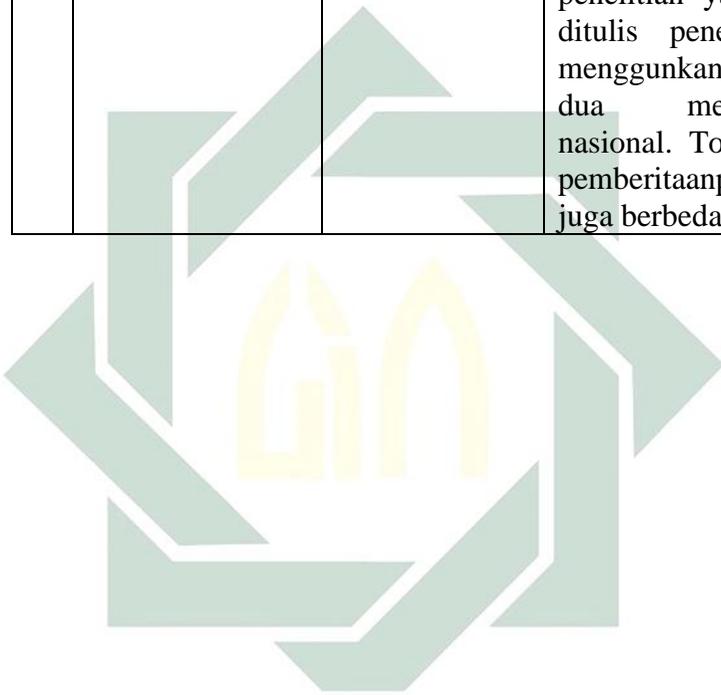
		<p>sudut pandang Anies baswedan.</p>	<p>tempo.co sedangkan penelitian tersebut menggunakan media Tempo.co dan Liputan6.com. Selain itu, objek penelitian juga berbeda yang mana penelitian tersebut menggunakan teks berita Anies Baswedan dan pembatasan Sosial berskala Besar (PSBB) Wilayah Jakarta Saat pandemik Covid 19 sebagai objeknya sementara penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan objek teks berita imbauan MUI wudhu untuk</p>
--	--	--------------------------------------	--

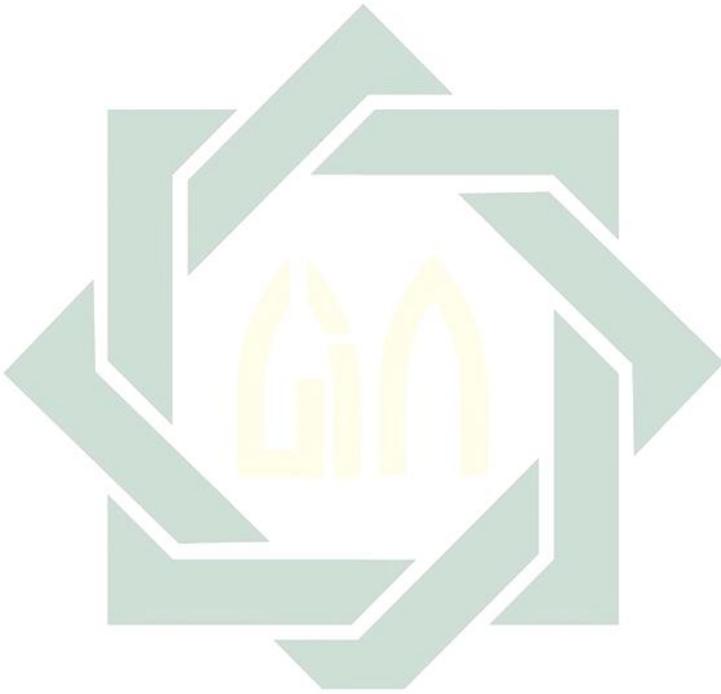
			mencegah corona pada media viva.co.id dan tempo.co
3	Analisis Framing Pemberitaan Generasi Milenial dan Pemerintah Terkait Covid-19 di Media Online	Kesimpulan dari penelitian ini menyatakan bahwa media online adalah ruang publik yang penting sebagai sumber referensi dalam meningkatkan literasi informasi kepada masyarakat, sehingga pemberitaan di media onlie diharapkan bisa objektif dan mendidik,	Penelitian ini memiliki keterkaitanya karena sama-sama menggunakan isu pandemi COvid-19 atau corona. Namun tentu memiliki perbedaan, karena penelitian tersebut fokus kepada pemberitaan kebijakan pemerintah dan peran milenial dalam menangani virus corona. Sementara penelitian yang dilakukan peneliti adalah meneliti mengenai pemberitaan

			<p>imbauan MUI untuk mencegah corona pada media daring viva.co.id dan tempo.co, keduanya merupakan perbedaan yang sangat jelas. Serta penelitian tersebut menggunakan model Robert N. Entman, sementara penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan model Zhongdang Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis framing Robert N. Entman</p>
4	Analisis Framing Pemberitaan	Hasil penelitian ini,	Perbedaan dengan

	<p>Kebijakan Pemerintah Terkait Ketenagakerjaan Sebagai Dampak Covid 19 di Kompas dan Malaysiakini</p>	<p>terdapat perbedaan dalam memframing terkait pemberitaan kebijakan pemerintah tentang ketenagakerjaan sebagai dampak covid 19. Tidak berimbang antara kedua media terletak pada pemilihan narasumber</p>	<p>penelitian ini, karena pada penelitian tersebut menggunakan analisis model Robert N. Entman sementara penelitian yang ditulis oleh peneliti menggunakan model Zhongdang Pandan dan Gerald M. Kosicki. Dalam pemilihan media online juga berbeda. Serta pemberitaan yang dikaji juga berbeda</p>
5	<p>Analisis Framing Berita Pemberhentian PSBB Surabaya Raya di Media Online Kompas.com dan Suaraturabaya.net</p>	<p>Hasil penelitian tersebut diketahui jika terdapat perbedaan dalam memberitakan PSBB di Surabaya.</p>	<p>Meskipun sama-sama menggunakan model analisis Zhingdhang dan Gerald, penelitian tersebut mengkaji dari dua media yang berlatar</p>

			belakang berbeda yakni media nasional dan local. Sementara penelitian yang ditulis peneliti menggunkana dua media nasional. Topik pemberitaanpun juga berbeda.
--	--	--	---





BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang menghasilkan data berupa deskriptif komparatif. Serta menggunakan jenis penelitian analisis teks media dengan model analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki.

Penelitian kualitatif yakni metode penelitian yang menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam pada fenomena.³⁸ Penelitian kualitatif berhubungan dengan masalah sosial dengan menekankan pada pemahaman mengenai realitas. Menurut Bogdan dan Biklen salah satu karakteristik kualitatif yaitu bersifat deskriptif karena data yang terkumpul berbentuk kata-kata atau gambar. Selain itu, penelitian kualitatif juga lebih menekankan pada suatu makna.³⁹

Sajian data yang dihasilkan dalam penelitian ini berupa deskriptif. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, yaitu menggunakan data subjek atau objek penelitian lalu dianalisis dan dibandingkan.⁴⁰ Perbandingan tersebut dinamakan deskriptif komparatif. Deskriptif komparatif tersebut membandingkan berita imbauan MUI wudhu untuk mencegah corona edisi 03 Maret 2020 pada media Viva.co.id dan Tempo.co. sehingga menghasilkan perbedaan dari kedua media tersebut serta terlihat apa

³⁸ Danu Eko Agustinova, *Memahami Metode Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Calpulis, 2015), 10

³⁹ Albi Anggito Dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sukabumi: Jejak, 2018), 10

⁴⁰ Restu Kartiko Widi, *Asas Metodologi Penelitian Sebuah Pengenalan Dan Penuntun Langkah Demi Langkah Pelaksanaan Penelitian*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 84

yang ditonjolkan dari masing-masing media dalam memberitakan imbauan MUI wudhu untuk mencegah corona.

Analisis framing model Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki merupakan salah satu model penelitian framing yang terkenal dengan mengedepankan aspek empat perangkat framing. Perangkat yang pertama adalah sintaksis, skrip, tematik dan retorik. Model ini adalah hasil dari perkembangan dan modifikasi dari analisis wacana Van Dijk.

Framing model Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki menempatkan keempat perangkat framing diatas sebagai dimensi struktural yang akan membentuk suatu tema dari elemen narasi berita.⁴¹ Pemilihan framing model tersebut karena, dengan model Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki dapat dilihat bagaimana media Viva.co.id dan Tempo.co menonjolkan pemaknaanya terhadap peristiwa. Model framing Zhongdang dan Kosicki ini beranggapan bahwa suatu berita pasti mempunyai frame sebagai pusat organisasi ide. Frame merupakan ide yang dihubungkan dengan elemen yang berbeda pada teks berita. Memahami suatu frame media dapat dilihat dari perangkat tanda yang dimunculkan dalam teks. Selain itu, model analisis framing ini juga sudah terkenal dalam bidang penelitian analisis teks media.

Pemilihan kualitatif deskriptif karena dengan penelitian ini, peneliti dapat menguraikan secara tepat bagaimana media Viva.co.id dan Tempo.co dalam

⁴¹ Alex Sobur, *Analisis teks Media Suatu Pengantar untuk analisis wacana analisis semiotik dan analisis framing*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), 175

menguraikan berita tentang imbauan MUI wudhu untuk mencegah corona.

Dengan demikian dapat diartikan bahwa, dengan menggunakan jenis penelitian diatas, maka akan menghasilkan kesimpulan mengenai perbedaan media Viva.co.id dan Tempo.co serta diketahui apa yang ditonjolkan oleh masing-masing media.

B. Unit Analisis

Unit analisis adalah subjek yang diteliti yang menjadi fokus penelitian.⁴² Peneliti memilih konstruksi media Viva.co.id dan Tempo.co dalam berita imbauan MUI wudhu untuk mencegah corona sebagai fokus penelitian. Objek pada penelitian ini adalah teks berita imbauan MUI Wudhu untuk mencegah corona pada media Viva.co.id dan Tempo.co

Pemilihan kedua media massa tersebut karena, kedua media tersebut merupakan media umum dan bukan merupakan media islam. Namun yang menarik adalah, kedua media tersebut memberitakan sebuah pesan dakwah yang dikeluarkan oleh MUI.

C. Jenis dan Sumber data

1. Sumber data utama (primer) yang digunakan bersumber dari media daring Viva.co.id dan Tempo.co yang berbentuk teks berita Imbauan MUI “wudhu mencegah corona
2. Jenis dan sumber data yang kedua (sekunder) adalah buku-buku serta penelitian terdahulu yang sesuai dengan topik penelitian ini.

D. Tahap tahap Penelitian

Tahap penelitian merupakan penguraian urutan penelitian secara sistematis.

⁴² Imam Suprayogo dan Tobroni, *Metodologi Penelitian Sosial- Agama*, (Bandung: Rejama Rosdakarya, 2001),48

1. Menemukan fenomena

Fenomena yang menarik dan sedang hangat dibicarakan menjadi tema unik penelitian. Penelitian ini menemukan fenomena yang sedang ramai dibahas yakni tentang virus corona atau covid 19. Selanjutnya peneliti mencari topik apa yang ada relevansinya dengan dakwah. Selanjutnya peneliti menentukan bahwa berita imbauaan MUI wudhu untuk mencegah corona adalah fenomena yang menarik untuk dikaji. Peneliti kemudian memilih media yang memberitakan peristiwa tersebut, dan terpilihlah media Viva.co.id dan Tempo.co

2. Merumuskan masalah

Setelah mengetahui tema, tujuan penelitian dan jenis penelitian yang akan digunakan, langkah selanjutnya adalah merumuskan masalah sesuai dengan tema tersebut.

3. Memilih metode penelitian

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan dalam melakukan penelitian.

4. Teknik pengumpulan data

Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data dari dokumentasi teks berita di media Viva.co.id dan Tempo.co sebagai data primer dan pada buku serta penelitian terdahulu sebagai data sekunder.

5. Analisis data

Tahap selanjutnya adalah melakukan analisis data. Analisis data untuk memperkuat suatu penelitian berdasarkan data yang terkumpul. Ditahap ini peneliti memberikan makna-makna hasil analisis sesuai dengan teori yang digunakan hingga menghasilkan sebuah kesimpulan.

6. Menyimpulkan

Tahap terakhir adalah membuat hasil penelitian yang dilakukan. Dan tahap yang terakhir adalah membuat kesimpulan dari hasil analisa yang didapat.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif deskriptif ini adalah dokumentasi dan observasi. Dokumentasi yang dilakukan yaitu dengan mengumpulkan berita mengenai imbauan MUI “wudhu mencegah corona” pada media Viva.co.id dan Tempo.co.

Observasi untuk melakukan pengamatan secara dalam dan terperinci pada unit analisis penelitian. Observasi tersebut dilakukan pada data primer dan data sekunder penelitian. Peneliti menggunakan teknik ini agar penelitian lebih mudah untuk mengamati teks pada berita di kedua media tersebut.

F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan model analisis framing Zhongdang Pan dan Gerald M Kosicki. Framing adalah membuat pesan lebih menonjol, sehingga pesan tersebut lebih menarik. Pan dan Kosicki membagi dalam empat tahap⁴³:

1. Struktur Sintaksis
2. Struktur Skrip
3. Struktur tematik
4. Struktur retorik

⁴³ Eriyanto, *Analisis Framing Kontruksi, Ideologi dan Politik Media* (Yogyakarta: LKIS: 2002), 294

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subyek Penelitian

1. Viva.co.id

a. Sejarah

Viva.co.id merupakan salah satu portal web berita *online* (daring) dibawah naungan PT. Viva Media Baru. Perusahaan tersebut merupakan anak dari PT.Viva Media Asia Tbk. yang masih satu group dengan media televisi TvOne dan ANTV.

Visi Media Asia berdiri pada tahun 2004 dengan menempatkan sebai media inovator yang berfokus pada mikro targeting, sinergi serta interaksi dengan pemirsa.

PT. Visi Media Asia merupakan perusahaan milik Aburizal Bakrie, tokoh konglomerasi media dan juga tokoh politik Indonesia. Selain memiliki Viva.co.id, ada beberapa media yang masih dalam satu perusahaan milik Bakrie Grup yaitu, TVONE dan ANTV. PT. Visi Media Asia dipegang oleh Anindya Novyan Bakrie sebagai President Director dan Anindra Ardiansyah Bakrie, sebagai Vice President Director.

Awal mula media ini diluncurkan yaitu pada 17 Desember 2008, media tersebut bernama Vivanews.com. Mengusung slogan *idepth and trusted*, media ini menampilkan berita mendalam dengan didukung oleh info grafik dan gambar.

Dalam perkembanganya, pada tahun 2012, Vivanews.com berganti nama menjadi Viva.co.id. Hal tersebut lantaran, Viva ingin menempatkan medianya sebagai media yang bukan hanya menampilkan berita, namun juga menampilkan

konten hiburan, gaya hidup dan *market place*.⁴⁴ Pemberitaan Viva.co.id disajikan dengan analisis mendalam yang diterapkan di media cetak, namun juga disusun untuk bacaan cepat. Media ini juga menyajikan berita terkini yang sesuai dengan karakteristik media daring dan menjunjung independensi pada wartawanya.⁴⁵

Viva.co.id juga merubah sloganya pada tahun 2018 menjadi #1NEWSTAINMENT, dan merubah logo media tersebut menjadi lebih dinamis. Hal tersebut dilakukan karena untuk mencuri perhatian para generasi muda atau milenial. Dengan menampilkan logo yang dinamis, memberikan kesan media tersebut berjiwa muda dan dapat dinikmati oleh siapa saja. Perubahan lainya juga terjadi pada pemilihan gaya bahasa dan judul yang dibuat menjadi lebih ringan dan penambahan konten multimedia.⁴⁶

Gambar 4.1
Logo Viva.co.i



⁴⁴ Viva.co.id, *Tentang Kami*, Diakses Pada 18 Oktober 2020 dari <https://www.viva.co.id/tentang-kami>.

⁴⁵ Viva Group, *Corporate Overview*, Diakses pada 09 November 2020 dari <https://www.vivagroup.co.id/about-us/corporate-overview/>.

⁴⁶ Muhamad Ali Wafa, "*Peluncuran Logo Baru Viva.Co.Id*", diakses pada 22 Februari 2018, dari <https://www.viva.co.id/foto/berita/20424-peluncuran-logo-baru-viva-co-id-1newstainment>.

Dalam website Viva.co.id juga menyiarkan tayangan televisi TvOne dan ANTV. Terdapat pula berbagai macam konten seperti, *news, trend, bola, pilkada, sport, showbiz, lifestye*, otomotif, ditigal, ragam, militer, *netizen* dan lintas. Selain dapat dinikmati di web browser, media ini juga dapat diunduh aplikasinya di google playstore. Layanan konten video juga dapat dilihat di media sosial *facebook, Instagram dan youtube*.

b. Visi Misi Viva

Visi: melakukan investasi untuk masa depan industri media dan bangsa Indonesia melalui konten berita, olahraga, dan seputar gaya hidup yang disebarluaskan melalui konvergensi media televisi, internet dan *mobile platform*.

Misi:

- Berperan aktif dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia
- Mengambil momentum dari pertumbuhan pengguna data dan dan telepon genggam di Indonesia
- Menciptakan sinergi dan integrasi antar layanan yang dimiliki
- Memastikan keuntungan dan pertumbuhan yang berkelanjutan
- Memberikan kualitas hidup yang lebih berkualitas kepada para pemangku kepentingan

Nilai Perusahaan:

- Mengembangkan sumber daya manusia yang berkualitas

- Mempromosikan perubahan yang inovatif dan positif pada industri media di Indonesia
- Menjalankan usaha berdasarkan prinsip transparansi, keterbukaan, keteraturan dan kemandirian
- Menerapkan program tanggung jawab sosial perusahaan dengan konsisten dan berkelanjutan⁴⁷

c. Struktur Redaksi

Struktur Manajemen dalam perusahaan Viva.co.id adalah sebagai berikut.

Table 4.1
Struktur Manajemen Viva.co.id

Presiden Komisaris	Rosan Perkasa Roeslani
Komisaris	Robertus Bismakara Kurniawan
Komisaris	Omar Lutfi Anwar
Komisaris independent	Setyanto Prawira Santosa
Komisaris Independen	Ilham Akbar Habibie
Presiden Direktur	Anindya Novian Bakrie
Wakil Presiden Direktur	Anindra Ardiansyah Bakri
Direktur	Otis Hahyari

⁴⁷ Viva.co.id, *Tentang Kami*, diakses pada 16 november 2020 dari <https://id.vivagroup.co.id/tentang-kami/visi-misi/>

Direktur	Sahid Mahudi
Direktur	David E. burke
Direktur	Neil R. Tobing

Dalam suatu perusahaan media dibutuhkannya struktur redaksi untuk menjalankan media tersebut menghasilkan sebuah produk. Berikut adalah struktur redaksi media Viva.co.id

Tabel 4.2
Struktur redaksi Viva.co.id

Chief Editor	Maryadi
Deputy Chief Editor	Eko Priiliawito
Vice Chief Editor	Toto Pribadi
Editorial Secretary	Ferry Damayanti
Executive Editor	Bayu Adi Wicaksono, Lutfi Puji Astuti, Krisna Wicaksono, Lazuardi Utama Rifki, Zaky Alyamani
Editor	Asya Paramita, Adinda Permatasari, Rochmawati, Ezra Sihite, Daurina Lestari, R. Jihad

	Akbar, M. Syuhada, Satria Permana, Rifki Ilham Raffles, Luzman Rifqi K, Yunisa Herawati, Pius Yosep Laka Waramali
Reporter	Aiz Budhi, Bimo Aria Fundrika, Diza Liane Sahputri, Ichsan Suhendra, Isra Berlian, Noviana Putri Bestari, Nuvola Gloria, Misrohatun Hasanah, Wahyu Frimansyah

- d. Kontak perusahaan
1. Alamat redaksi
Kawasan Industri Pulogadung,
Gedung tvOne Jl. Rawa Terate II No.2
Jakarta Timur 13260 Indonesia
Telp. +62 - 21 - 4601 326 ext.100
 2. Kontak Kerjasama dan promosi
partnership@viva.co.id
 3. Kontak Redaksi
redaksi@viva.co.id
 4. Kontak siaran pers
siaranpers@viva.co.id
- e. Tampilan website Viva.co.id

Gambar 4.2
Tampilan website Viva.co.id



Dalam memisahkan artikel dan berita pada website sesuai dengan jenis dan topik pemberitaan, Viva.co.id membuat beberapa kanal yang sesuai. Kanal tersebut antara lain:

- 1) News, yakni kanal berisi berita dari sebuah peristiwa yang sedang terjadi dan menjadi sorotan. Dalam kanal ini, terdapat sub kanal yakni, nasional, metro, kriminal, dunia dan bisnis. Nasional berisi berita yang terjadi di Indonesia atau yang sedang tersoroti secara nasional. Metro, yakni berita yang tempat terjadinya hanya dari DKI Jakarta. Kriminal yakni berita mengenai kasus kejahatan yang berhubungan dengan hukum. Dunia, yakni kanal yang berisi peristiwa yang sedang terjadi di dunia dan tersorot secara

internasional. Bisnis yakni, berita mengenai perekonomian Indonesia maupun luar negeri.

- 2) Trend, yakni kanal yang berisi artikel maupun berita ringan yang sedang viral di sosial media. Kejadian yang sedang hangat dibicarakan di dunia maya baik berupa video, foto, maupun tulisan.
- 3) Bola, dalam kanal ini hanya menampilkan artikel-artikel dan berita mengenai sepak bola baik di Indonesia maupun Internasional. Viva.co.id juga membaginya dalam beberapa sub kanal lagi yakni bola dalam liga Inggris, Italia, Spanyol, Indonesia dan dua kanal lain yakni bola sejangat dan sockertainment.
- 4) Pilkada, yakni kanal khusus mengenai perkembangan pada peristiwa pemilihan kepala daerah di daerah-daerah Indonesia. Dalam kanal ini juga terdiri dari sub kanal pilgub (pemilihan gubernur) dan Pilbup (pemilihan bupati)
- 5) *Sport*, yakni berita tentang berbagai jenis olahraga yang terdiri dari kanal bultangkis, one pride, one prix, dan gelanggang.
- 6) *Showbiz*, kanal tentang berita dan artikel menghibur dan berita dari kalangan selebritis atau *public figure*. Dalam kanal ini juga dipetakan lagi menjadi sub kanal gosip, film dan musik.
- 7) *Life style*, merupakan kanal yang berisi mengenai gaya hidup baik berupa kesehatan, *fashion* dan travel dengan sajian berita ringan.
- 8) Otomotif, kanal yang berisi artikel tentang pengetahuan kendaraan bermotor. Dalam

kanal ini juga Tempo.co membagi lagi menjadi sub kanal mobil, motor dan otopedia.

- 9) Digital, adalah kanal yang berisi kumpulan artikel perkembangan maupun tips dalam dunia teknologi. Kanal digital juga memiliki dua sub kanal dalam memisahkan artikel sesuai dengan jenisnya yakni, digilife dan piranti. Digilife meliputi perkembangan teknologi digital secara umum dalam berbagai bidang, sementara piranti menampilkan artikel-artikel mengenai alat dari suatu teknologi.
 - 10) Ragam, yakni kanal yang memiliki artikel maupun berita dengan berbagai macam fokus dan topik. Dalam kanal ini terdapat tiga sub kanal lagi yakni cek fakta, fokus dan round up.
 - 11) Militer, adalah kanal dengan menampilkan artikel tentang angkatan bersenjata dari negara Indonesia maupun Internasional
 - 12) Netizen, yakni kanal dengan artikel hasil kiriman dari pengikut Tempo.co. Artikel yang ditampilkan beragam, mulai dari kesehatan, agama dan gaya hidup yang ditulis bukan dari wartawan tempo
 - 13) Lintas, kanal berisi berita dari sudut pandang pemerintah seperti, kementan, kemenko, kemenristek dikti, kemendesa, korporasi dan Pemprov Jateng.
 - 14) Indeks, yakni kanal yang menyediakan fasilitas pencarian berita dan artikel secara cepat sesuai dengan jenis dan topik tulisan.
2. Tempo.co
 - a. Sejarah

Sebelum hadirnya Tempo.co sebagai media daring, hadirlah media Tempo yang berbasis media cetak. Majalah Tempo ada sejak tahun 1971 dengan menampilkan artikel seni, gaya hidup dan perilaku. Tempo adalah majalah pertama yang tidak memiliki afiliasi dengan pemerintah.⁴⁸ Goenawan Mohamad dan Yusril Djalinus adalah tokoh pendiri majalah Tempo. Edisi pertama majalah ini yakni terbit pada tanggal 6 maret 1971.

Awal mula Goenawan mendirikan majalah Tempo diawali pada tahun 1970, Goenawan dan kawan-kawanya keluar dari majalah yang sebelumnya ia jalani yakni majalah ekspres. Ia keluar dikarenakan terdapat masalah pada jajaran direksi dan pemilik modal. Hingga bertemulah Goenawan dengan Harjoko Trisnadi, Fikri Jufri, Lukman Setiawan dan Bur Rasuanto yang kemudian mereka mendirikan majalah tempo pada tahun 1971.

Awal penerbitan, majalah ini dikelola oleh sekumpulan anak muda yang berumur 20 tahunan, oleh karena itu tampilan dari majalah ini terkesan beda dengan majalah lain. Tempo mengedepankan berita yang jujur dan berimbang serta ringan dan jenaka sehingga menarik masyarakat.

Semakin berkembangnya majalah ini, semakin kuat pula terpaanya. Tempo sempat dua kali diberedel pemerintah karena terlalu tajam dalam mengkritisi. Pembredelan yang pertama pada tahun 1982 saat pemerintahan Orde baru. Pada saat itu sedang masa pemilu, Tempo membongkar kecurangan pemilu yang pada saat tersebut partai

⁴⁸ Wikiwand, *Tempo (majalah Indonesia)*, diakses pada 13 November 2020, dari [https://www.wikiwand.com/id/Tempo_\(majalah_Indonesia\)](https://www.wikiwand.com/id/Tempo_(majalah_Indonesia))

Golkar berkuasa terhadap pelaksanaan pemilu. Partai Golkar merupakan partai kebanggaan Soeharto, oleh karenanya media ini dibekukan karna dinilai mengancam stabilitas negara.

Pemberedelan kedua yakni tahun 1994 saat mengkritisi pemerintahan Soeharto dan Habibie.⁴⁹ Tempo menuliskan berita mengenai pembelian kapal bekas dari Jerman oleh B.J. Habibie (orang kepercayaan Soeharto). Laporan utama pada berita ini yakni membahas mengenai keberatannya pihak militer terhadap pembelian kapal bekas.

Selama pembredelan tersebut, majalah Tempo tetap eksis dengan mendirikan portal website pada tahun 1996 dengan nama tempointeraktif. Pendirian pada tahun tersebut menjadikan Tempo sebagai *pioneer* majalah daring di Indonesia⁵⁰ pada tahun 2001 Tempointeraktif berganti nama menjadi Tempo.co dibawah perusahaan PT. Tempo Inti Media Tbk. Tempo hadir dengan menempatkan diri sebagai media yang menghadirkan informasi terpercaya ditengah kabar *hoax*.⁵¹ Tempo.co berkolaborasi antara jurnalistik dengan teknologi, hal tersebut menjadikan Tempo.co memiliki *unique visitor* sebanyak 35 juta perbulan dan 6,5 juta *followers* di seluruh *platform* media sosial.⁵²

⁴⁹ Tempo, *Sejarah Singkat*, Diakses Pada 18 Oktober 2020 dari <https://www.tempo.id/corporate>.

⁵⁰ Wikipedia, *Tempo.co*, Diakses Pada 18 Oktober 2020 dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Tempo.Co>

⁵¹ Tempo, *Tempo Media Group*, Diakses Pada 25 September 2020 dari <https://www.tempo.id/corporate>.

⁵² Tempo, Diakses Pada 13 November 2020 dari <https://www.tempo.id/product-detail>.

Tempo menerapkan standar tinggi terhadap jurnalisme dalam meliput maupun menuliskannya secara tajam, cerdas dan berimbang. Namun selain dalam prinsip jurnalisme tersebut, Tempo juga tidak mengesampingkan unsur jenaka dalam pemberitaannya agar ringan dan nyaman dibaca.⁵³

Goenawan Mohammad pendiri sekaligus komisaris utama menjelaskan bahwa Tempo menganut asas jurnalisme yang tidak memihak golongan tertentu dan tidak menyebarkan berita kebencian. Tempo memiliki nilai budaya yang terpercaya, merdeka dan profesionalisme. Tepercaya dengan menjunjung tinggi kejujuran, Merdeka yakni memberi kebebasan untuk berfikir dan berekspresi serta profesionalisme yakni memiliki kompetensi tinggi.⁵⁴

Tempo kini tengah mengembangkan *platform* digital lain selain Tempo.co namun tetap dibawah naungan Tempo.co. hal itu dilakukan agar Tempo dapat cepat menyesuaikan dengan perubahan pasar dan ekosistem media. Karena jumlah produksi media cetak yang terus menurun, dan iklan dalam media cetak yang terus tidak mendapat tempat, maka pengemban ke *platform* digital sangat dipentingkan.⁵⁵

Hasil dari pengembangan digital tersebut yakni Tempo memiliki aplikasi yang mengintegrasikan seluruh *platform* produk informasi seperti, majalah,

⁵³ Tempo, Diakses Pada 25 September 2020 dari, <https://www.tempo.co/about>

⁵⁴ Tempo, diakses pada 13 November 2020 dari <https://www.tempo.id/corporate>.

⁵⁵ Tempo, diakses pada 16 November 2020 dari <https://www.tempo.id/corporate>.

koran dan digital. Dengan demikian pembaca dapat terlayani sesuai dengan kebutuhannya.

Tempo.co. dalam perkembangannya sejak tahun 2018 terus mengembangkan produk produk turunannya seperti GoOto, Cantika, teras.id dan Foodizz.

Gambar 4.3
Logo Tempo.co



TEMPO.CO

b. Visi Misi Tempo Media Grup

Visi:

Menjadi acuan dalam usaha meningkatkan kebebasan publik untuk berpikir dan berpendapat serta membangun peradaban yang menghargai kecerdasan dan perbedaan.

Misi:

- Menghasilkan produk multimedia yang *independent* dan bebas dari segala tekanan dengan menampung dan menyalurkan secara adil suara yang berbeda-beda
- Menghasilkan produk multimedia yang bermutu tinggi dan berpegang pada kode etik
- Menjadi tempat kerja yang sehat dan menyejahterakan serta mencerminkan keragaman Indonesia

- Memiliki proses kerja yang menghargai dan memberi nilai tambah kepada semua pemangku kepentingan.
- Menjadi lahan kegiatan yang memperkaya khazanah artistik, intelektual, dan dunia bisnis melalui peningkatan ide-ide baru, Bahasa dan tampilan visual yang baik.
- Menjadi pemimpin pasar dalam bisnis multimedia dan pendukungnya.⁵⁶

c. Struktur redaksi

Selain struktur keredaksian, media Tempo.co memiliki struktur manajemen dalam perusahaan, yakni sebagai berikut.

Tabel 4.3
Struktur Manajemen Tempo.co

Komisaris	Goenawan Mohamad
Komisaris Independen	Leonardi Kusen
Komisari	Yonannes Henky Wijaya
Komisaris	Agus Lukita
Komisaris	Bambang Harymurti
Direktur Utama	Toriq Hadad
Direktur	Herry Hernawan
Direktur	Arif Zulkifli

⁵⁶ Tempo, diakses pada 16 November 2020 dari <https://www.tempo.id/about>.

Direktur	Meiky Sofiansyah
Direktur	Sebastian Kinaatmaja

Dalam menjalankan produksi berita, media massa memerlukan bagian keredaksian. Tempo.co memiliki stuktur redaksi sebagai berikut.

Tabel 4.4
Struktur Redaksi Tempo.co

Direktur Utama	Toriq Hadad
Direktur	Burhan Sholihin, Y. Tomi Aryanto, Wahyu Dhyatmika
Pemimpin Redaksi	Setri Yasra
Redaktur Eksekutif	Anton Aprianto
Koordinator Kanal Vertikal	Anton Aprianto
Nasional Dan Hukum	Syailendra Persad, Eko Ari Wibowo , Amirullah, Friski Riana, Egy Adyatama, Aditya Budiman, Andita Rahma, Budiarti Utami Putri, Dewi Nurita, M. Rosseno Aji Nugroho

Ekonomi Dan Bisnis	Rr Aryani Wdyastuti, Kodrat Setiawan, Ali Ahmad Noor Hidayat, Caesar Akbar, Dias Prasongko, Fajar Febrianto, Muhammad Hendratyo Hanggi, Francisca Christy Rosana
Metro	uli Hantoro, Tjandra Dewi, Dwi Arjanto, Endri Kurniawati, Martha Warta Silaban, Adam Prireza, Imam Hamdi, M Julnis Firmansyah, Lani Wijaya, M. Yusuf Manurung
Internasional	Maria Rita Ida Hasugian, Budi Riza
Gaya Hidup	Rini Kustiani, Istiqomatul Hayati, Cheta Nilawaty, Mitra Tarigan, Mila Novita, Ninis Chairunnisa, Yunia Pratiwi
Sains, Sport Dan Otomotif	Nurdin Saleh, Rina Widiastuti, Jobpie Sugiharto, Erwin Z. Prima, Wawan Priyanto, Febriyan

Pengembangan Audiens	Nita Azhar, Rahmawati, Abdur Rohim Latada
Teras.Id	Yosep Suprayogi, Dian Andryanto
Indonesiana	Tulus Wijanarko
Teknologi Informasi	Handy Dharmawan William Rince, BIRTHA Arifudzaki, Abdul Rozaq Tri Novanto, Riky Susanto, Arif Hidayat, Reza Pahlevi, Sunardi

- d. Kontak perusahaan
 Alamat redaksi Gedung Tempo, Jl. Palmerah Barat No. 8, Jakarta Selatan 12210
 Telp: 62-21-5360409 / 7255625
 Fax: 62-21-7206995
- e. Tampilan Website Tempo.co

Gambar 4.4
 Tampilan website Tempo.co



Tempo Memiliki 30 kanal untuk menampilkan berita sesuai dengan topik pemberitaan. 15 kanal tersebut yakni:

- 1) Home, yakni tampilan utama website yang berisi beberapa macam berita *terupdate*
- 2) Nasional, kanal yang berisi tentang berita *straight* dalam negeri yang sedang berkembang
- 3) Bisnis, yaitu kanal berita berisi mengenai peristiwa yang dilihat dari segi perekonomian di Indonesia maupun internasional.
- 4) Metro, merupakan kanal mengenai pemberitaan hanya di daerah Jakarta.
- 5) Dunia, rubrik yang berisi mengenai peristiwa yang tersorot dari luar negeri
- 6) Bola, dalam kanal tersebut terdapat dua sub kanal yakni bola dan *sport*. Bagian bola berisi mengenai perkembangan dan peristiwa sepak bola nasional dan internasional. *Sport* berisi berita olahraga dari jenis olahraga apapun.

- 7) Cantik, kanal ini membahas mengenai *life style* atau gaya hidup baik tips dan trik, kesehatan maupun kehidupan selebritis. Kanal cantik juga terdiri sub kanal cantika.com yang menjadi website tersendiri dengan fokus kepada kehidupan tokoh perempuan Indonesia dan Internasional
- 8) Tekno, yakni kanal mengenai teknologi dari berbagai sisi seperti teknologi kesehatan, IT dan sains
- 9) Otomotif, yakni kanal berisi berita mengenai kendaraan bermotor seperti mobil dan sepeda motor. Dalam kanal ini juga tersedia link menuju website otomotif yang lebih kompleks pembahasannya yakni goOto.com.
- 10) Foto, yakni kanal dengan menampilkan fokus kejadian yang tertangkap kamera dan memiliki makna yang menarik
- 11) Video yakni kanal dengan penambahan unsur video dalam artikelnya baik video yang tengah viral hingga video suatu peristiwa unik dan berkesan.
- 12) Kolom, yakni kanal yang berisi mengenai pendapat pembaca, yakni penulis dalam artikel tersebut tidak berasal dari wartawan Tempo namun dari pembaca Tempo.
- 13) Indeks, yakni kanal yang menyediakan kolom pencarian berita apa saja yang terdapat dalam tempo.co
- 14) Nusantara, yakni kanal khusus memberitakan peristiwa di daerah Indonesia. Dalam kanal ini masih terdapat dua daerah yang terdapat pada kanal khusus yakni provinsi Jawa Barat dan Bangka Belitung
- 15) Kanal selanjutnya yakni, seleb, gaya, travel, blog, difable, grafis, data, kreatif lab, inforial, cek fakta,

event, interaktif, investigasi, *podcast* dan *newsletter*.

Dalam setiap kanal, Tempo.co juga menampilkan bagian khusus berita yang pada saat itu sedang populer dan terkini.

B. Penyajian Data

1. Berita Viva.co.id

Imbauan MUI Terkait Virus Corona : Perbanyak Wudhu (Selasa, 03 Maret 2020 16.42)



VIVAnews - Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan imbauan terkait munculnya kasus virus corona atau covid-19. Wakil Sekretaris Jenderal MUI, Sholahuddin Al Aiyub, mengatakan MUI mengajak elemen bangsa khususnya umat Islam untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT, agar terhindar dari musibah dengan memperbanyak taubat, meninggalkan perilaku zalim, perbanyak sedekah, dan meninggalkan permusuhan.

"Karena penyebaran virus corona ini bisa jadi merupakan peringatan dari Allah SWT agar umat Islam semakin mendekati diri kepada-Nya," tutur Sholahuddin di Kantor MUI, Menteng Jakarta Pusat, Selasa, 3 Maret 2020.

Kedua, MUI juga meminta kepada umat Islam khususnya, untuk melakukan Qunut Nazilah yakni doa untuk menangkal malapetaka saat menjalankan salat fardu. Doa tersebut dibacakan di rakaat terakhir setelah rukuk.

"Doa dibaca pelan saat salat sirriyah atau salat yang disunahkan tidak mengeraskan suara seperti salat Zuhur dan Ashar, dan dibaca keras saat salat jahiriyah atau salat yang disunahkan mengeraskan suara seperti salat Magrib, Isya, dan Subuh," katanya.

Kemudian ketiga, kata Solahuddin, MUI juga mengajak kepada umat Islam agar memperbanyak wudhu sesuai tata caranya secara benar dan sempurna, khususnya saat mencuci kedua tangan, kumur dan hidung.

Selanjutnya MUI juga mengimbau masyarakat untuk tetap tenang, bersatu, mengedepankan sikap saling membantu, menghindari perilaku saling berbantah dan menyalahkan. Serta tidak menyebarkan berita bohong atau hoax dan melakukan semua upaya untuk menangkal penyebaran virus tersebut.

"Terakhir, meminta kepada umat Islam agar berpegang teguh kepada pola hidup yang Islami, dimulai dari makanan, minuman, pakaian, demi meraih ridho Allah SWT sesuai perintah agama," katanya.

2. Berita tempo.co

Tangkal Virus Corona MUI Ajak Umat Islam
Perbaiki Wudhu (Selasa, 03 Maret 2020 15.43)



TEMPO.CO, Jakarta - Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengimbau umat Islam untuk memperbaiki wudhu guna menangkal virus corona atau covid 19.

"Mengajak umat Islam memperbanyak wudhu sesuai tata cara secara benar dan sempurna," kata Wakil Sekretaris Jenderal MUI Salahuddin Al Ayyubi di Gedung MUI Pusat, Jakarta, Selasa, 3 Maret 2020.

Salahuddin menuturkan, ketika berwudhu, umat muslim bisa mencuci kedua tangan secara lebih ekstra dengan memakai sabun. "Agar diyakini lebih bersih," ujarnya.

Selain mencuci tangan, Salahuddin juga mengingatkan agar umat muslim bisa berkumur dan membersihkan hidung secara benar dan sempurna. "Karena sesuai keterangan para ahli kesehatan, cara-cara tersebut diyakini dapat menangkal penularan virus corona," ucapnya.

Dengan memperbaiki wudhu secara benar dan sempurna, efek yang diharapkan yakni mendapatkan hikmah menangkal virus. Salahuddin meyakini hal itu telah sesuai syariat Islam sebagai bagian ikhtiar untuk menangkal virus.

Wakil Ketua MUI Muhyiddin Junaidi juga menambahkan, selain berwudhu, umat muslim harus berperilaku sehat dan higienis. "Jadi itu semua sesuai aturan main dalam agama dan juga cocok dengan cara untuk menghindari virus corona."

C. Analisis Data

1. Prespektif Teori

a. Berita Viva.co.id

Tabel 4.5
Analisis Teks Berita Viva.co.id

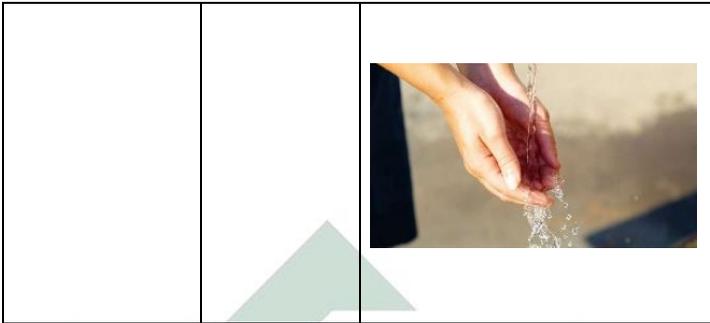
Struktur perangkat framing	Unit Amatan	Hasil Amatan
Sintaksis. Fakta yang disusun wartawan dengan skema mulai dari awal berita hingga penutup	Headline	Imbauan MUI Terkait Virus Corona : Perbanyak Wudhu
	Lead	Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan imbauan terkait munculnya kasus virus corona atau covid-19. Wakil Sekretaris Jenderal MUI, Sholahuddin Al Aiyub, mengatakan MUI mengajak elemen bangsa

		<p>khususnya umat Islam untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT, agar terhindar dari musibah dengan memperbanyak taubat, meninggalkan perilaku zalim, perbanyak sedekah, dan meninggalkan permusuhan.</p>
	<p>Latar Informasi</p>	<p>Imbauan MUI</p>
	<p>Kutipan Sumber</p>	<p>Sholahuddin Al Aiyub:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Karena penyebaran virus corona ini bisa jadi merupakan peringatan dari Allah SWT agar umat Islam semakin mendekatkan diri kepada-Nya, b. Doa dibaca pelan saat salat sirriyah atau salat yang disunahkan tidak mengeraskan suara seperti salat Zuhur dan Ashar, dan dibaca keras saat salat

		<p>jahiriyah atau salat yang disunahkan mengeraskan suara seperti salat Magrib, Isya, dan Subuh</p> <p>c. Terakhir, meminta kepada umat Islam agar berpegang teguh kepada pola hidup yang Islami, dimulai dari makanan, minuman, pakaian, demi meraih ridho Allah SWT sesuai perintah agama</p>
	Penutup	Ungkapan pernyataan terakhir Sholahuddin Al Aiyub
Skrip. Yakni cara mengisahkan sebuah peristiwa oleh wartawan. Dengan	What	MUI mengajak elemen bangsa khususnya umat Islam untuk mendekati diri kepada Allah SWT

diukur dari kelengkapan struktur berita		
	who	Wakil Sekretaris Jenderal MUI, Sholahuddin Al Aiyub
	when	Selasa, 03 Maret 2020
	where	Kantor MUI, Menteng Jakarta Pusat
	why	Karena penyebaran virus corona ini bisa jadi merupakan peringatan dari Allah SWT agar umat Islam semakin mendekatkan diri kepada-Nya
	How	<ol style="list-style-type: none"> a. Mendekatkan diri kepada Allah, b. melakukan Qunut Nazilah, c. memperbanyak wudhu sesuai tata caranya secara benar dan sempurna, khususnya saat mencuci kedua tangan, kumur dan hidung. d. tenang, bersatu, mengedepankan sikap saling

		<p>membantu, menghindari perilaku saling berbantah dan menyalahkan.</p> <p>e. Serta tidak menyebarkan berita bohong atau hoax</p> <p>f. berpegang teguh kepada pola hidup yang Islami,</p>
<p>Tematik. Yakni cara wartawan menuliskan fakwa.</p>	Paragraf	Berita dalam Viva.co.id memaparkan tema mengenai cara mencegah corona dengan mendekati diri kepada Allah
<p>Retoris. Yakni cara wartawan menekankan fakta</p>	Pemilihan kata, leksikon	‘Perbanyak wudhu’ ‘mengajak’ ‘Elemen bangsa’ ‘masyarakat’
	Gambar	



Struktur Sintaksis.

Struktur ini menjelaskan bagaimana wartawan Menyusun fakta dengan skema mulai dari awal berita hingga penutup. Dalam berita Viva.co.id dapat diamati pada *headline*, *lead*, latar informasi dan penutup. Headline pada berita tersebut yakni, Imbauan MUI Terkait Virus Corona : Perbanyak Wudhu, serta dibawahnya terdapat *lead* berita yang berisi,

Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan imbauan terkait munculnya kasus virus corona atau covid-19. Wakil Sekretaris Jenderal MUI, Sholahuddin Al Aiyub, mengatakan MUI mengajak elemen bangsa khususnya umat Islam untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT, agar terhindar dari musibah dengan memperbanyak taubat, meninggalkan perilaku zalim, perbanyak sedekah, dan meninggalkan permusuhan.

Latar Informasi pada berita Viva.co.id yakni berasal dari Imbauan MUI. Kutipan narasumber yang dipilih yakni berasal dari Wakil Sekretaris jenderal MUI Sholahuddin Al Aiyub yakni

“Karena penyebaran virus corona ini bisa jadi merupakan peringatan dari Allah SWT agar umat Islam semakin mendekatkan diri kepada-Nya,”

“Doa dibaca pelan saat salat sirriyah atau salat yang disunahkan tidak mengeraskan suara seperti salat Zuhur dan Ashar, dan dibaca keras saat salat jahiriyah atau salat yang disunahkan mengeraskan suara seperti salat Magrib, Isya, dan Subuh”

“Terakhir, meminta kepada umat Islam agar berpegang teguh kepada pola hidup yang Islami, dimulai dari makanan, minuman, pakaian, demi meraih ridho Allah SWT sesuai perintah agama”

Sebagai penutup dari berita tersebut yakni, menampilkan pernyataan terakhir dari narasumber.

Dari pemaparan diatas, dapat diketahui yakni cara wartawan menyusun fakta pada berita Viva.co.id tersebut dilihat dari *headline* yang dipilih. “Imbauan MUI Terkait Virus Corona : Perbanyak Wudhu”, judul tersebut menggunakan tanda baca (:) yaitu menunjukkan bahwa Viva.co.id menggunakan pernyataan narasumber sebagai judul berita.

Dalam fungsinya suatu *headline* berita akan diperjelas pada *lead* namun, penjabaran dari *headline* tersebut tidak dijelaskan pada *lead* yang ditulis oleh media Viva.co.id. *Lead* atau teras berita pada berita tersebut berisikan mengenai pernyataan narasumber yang mengatakan bahwa, virus corona merupakan peringatan dari Allah. Oleh karena itu, MUI mengimbau agar umat islam mendekatkan diri kepada Allah SWT, agar terhindar dari musibah dengan memperbanyak

taubat, meninggalkan perilaku zalim, perbanyak sedekah, dan meninggalkan permusuhan.⁵⁷

Dari penjabaran diatas, dapat dilihat bahwa antara *headline* dengan *lead* tidak berkesinambungan. Latar informasi pada berita tersebut yaitu berawal dari pernyataan MUI bahwa penyebaran virus corona ini merupakan peringatan dari Allah SWT. Dapat diketahui, arah pemberitaan pada media Viva.co.id yaitu menunjukkan bahwa media ini mengambil pernyataan narasumber dari sisi pencegahan virus corona melalui mendekatkan diri kepada Allah.

Latar informasi pada berita tersebut berasal dari imbauan MUI. Media Viva.co.id menampilkan kutipan-kutipan narasumber yang dapat dilihat bahwa media ini ingin meyakinkan bahwa imbauan tersebut berasal dari Lembaga MUI yang memiliki wewenang karna Lembaga tersebut sudah diakui oleh masyarakat.

Kutipan sumber yang digunakan Viva.co.id hanya dari Wakil Sekretaris Jenderal MUI Sholahuddin Al Aiyub. Ungkapan yang dipilih dominan mengenai imbauan MUI tentang tata cara mendekatkan diri kepada Allah untuk menangkal virus corona. Sebagai penutup berita tersebut, dituliskan cara terakhir untuk meraih ridha Allah sesuai perintah agama yakni dengan pola hidup yang islami.

Struktur Skrip

Struktur skrip yakni, lengkap tidaknya wartawan mengisahkan fakta yang dapat dilihat dari unsur 5W+1H. Unsur *what*, yakni MUI mengajak elemen bangsa

⁵⁷ Syahrul Ansyari, Bayu Nugraha, *Imbauan MUI terkait Virus Corona: Perbanyak Wudhu*, diakses pada 25 Oktober 2020 dari <https://www.viva.co.id/berita/nasional/1265828-imbau-mui-terkait-virus-corona-perbanyak-wudhu>,

khususnya umat islam untuk mendekatkan diri kepada Allah. Unsur *where*, yaitu di Kantor MUI Menteng Jakarta Pusat. Unsur *when*, yaitu pada Selasa, 03 Maret 2020. Unsur *who* yakni Wakil Sekjern MUI Sholahuddin Al Aiyub. Untuk *who*, Viva.co.id hanya mewawancarai Wakil Sekretaris Jenderal MUI Sholahuddin Al Aiyub.

Viva.co.id menempatkan unsur *why*, dengan menuliskan kutipan narasumber bahwa penyebaran virus corona ini merupakan suatu peringatan dari Allah. Pada unsur *how*, yakni teks berita tersebut berisi lima cara mendekatkan diri kepada Allah untuk menangkal virus corona. *How* inilah yang dijabarkan secara luas oleh Viva.co.id dengan tetap menggunakan pernyataan narasumber. Hal ini dapat dilihat bahwa pada berita tersebut, wartawan menonjolkan dari sisi bagaimana cara pencegahan corona dengan mendekatkan diri kepada Allah.

Struktur Tematik

Struktur ini menunjukkan bagaimana cara wartawan menuliskan fakta. Berita dalam Viva.co.id memaparkan satu tema yaitu mengenai imbauan MUI untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT untuk mencegah corona. Detail kalimat yang digunakan yaitu menjabarkan pernyataan-pernyataan narasumber yang berisi bagaimana cara mendekatkan diri kepada Allah untuk mencegah corona. Pada paragraf satu berisikan tema besar yang digunakan untuk mengarahkan pembaca bahwa MUI mengajak elemen bangsa khususnya umat islam untuk mendekatkan diri kepada Allah agar terhindar dari musibah. Kemudian paragraf kedua dituliskan pernyataan narasumber yang menyatakan bahwa virus corona ini merupakan peringatan dari Allah. Dan pada paragraf ketiga menjelaskan mengenai pernyataan narasumber tentang tata cara membaca doa

qunut nazilah. Paragraf keempat berisi ajakan narasumber untuk memperbanyak wudhu. Paragraf ke lima berisi tentang imbauan MUI agar masyarakat bersikap tenang dan tidak menyebabkan berita bohong. Paragraf keenam berisikan cara-cara untuk mendekatkan diri kepada Allah tersebut dengan pola hidup islami sesuai pernyataan narasumber.

Kalimat pernyataan narasumber yang dikutip wartawan “karena penyebaran virus corona ini bisa jadi merupakan peringatan dari Allah SWT agar umat Islam semakin Mendekatkan diri kepada-Nya” merupakan kalimat yang memiliki koherensi sebab akibat. Penyebab virus korona ini dipandang oleh MUI sebagai sebuah peringatan dari Allah yang mengakibatkan umat islam harus mendekatkan diri kepada Allah. Viva.co.id mengambil dari sisi imbauan tersebut untuk menjelaskan kepada pembaca bahwa corona dapat disembuhkan dengan mendekatkan diri kepada Allah.

Struktur retorik

Struktur ini menunjukkan apa yang ingin ditonjolkan oleh wartawan. Pemilihan kata ‘perbanyak’ menjelaskan bahwa melakukan sesuatu dengan sangat lebih, tidak sedikit.⁵⁸ Dapat diartikan bahwa kalimat ‘perbanyak wudhu’ yang dipilih oleh penulis berita tersebut mengandung makna bahwa wudhu dapat mencegah corona jika dilakukan kerap kali. Pemilihan kata selanjutnya adalah ‘elemen bangsa’ dan ‘masyarakat’, keduanya menunjukkan bahwa imbauan ini juga ditujukan untuk seluruh masyarakat Indonesia, bukan kalangan umat islam saja.

⁵⁸ Kemendikbud, 2006, diakses pada 01 November 2020 dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/banyak>

Pemakaian kata, mengajak, meminta dan mengimbau dalam berita tersebut menunjukkan bahwa apa yang ditulis wartawan adalah hasil dari perkataan narasumber. Dapat diartikan bahwa wartawan ingin menekankan bahwa apa yang ditulis bukan pendapat pribadi wartawan sendiri.

Berita tersebut menggunakan gambar tangan yang sedang menenagadah pada air mengalir. Gambar tersebut mengilustrasikan tata urutan wudhu yaitu membasuh telapak tangan dengan air mengalir yang berarti kesucian. Dapat diartikan bahwa wartawan ingin menekankan bahwa isi berita tersebut adalah cara menangkal virus corona dengan ibadah.

2. Berita Tempo.co.id

Tabel 4.6
Analisis Teks Berita Tempo.co.id

Struktur perangkat framing	Unit Amatan	Hasil Amatan
Sintaksis. Fakta yang disusun wartawan dengan skema mulai dari awal hingga penutup berita	Headline	Tangkal virus corona MUI ajak umat islam perbaiki wudhu
	Lead	Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengimbau umat Islam untuk memperbaiki wudhu guna menangkal virus corona atau covid 19.
	Latar	Imbauan MUI

	Kutipan sumber	<p>Wakil Sekretaris Jenderal MUI Salahuddin Al Ayyubi:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Mengajak umat Islam memperbanyak wudhu sesuai tata cara secara benar dan sempurna b. Agar diyakini lebih bersih c. Karena sesuai keterangan para ahli kesehatan, cara-cara tersebut diyakini dapat menangkal penularan virus corona <p>Wakil Ketua MUI Muhyiddin Junaidi:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Jadi itu semua sesuai aturan main dalam agama dan juga cocok dengan cara untuk menghindari virus corona
--	----------------	--

	penutup	Pernyataan dari Wakil Ketua MUI Muhyiddin
Skrip. Yakni cara mengisahkan sebuah peristiwa oleh wartawan. Dengan diukur dari kelengkapan struktur berita	What	MUI mengimbau umat Islam untuk memperbaiki wudhu guna menangkal virus corona
	Who	Wakil Sekretaris Jenderal MUI Salahuddin Al Ayyubi dan Wakil Ketua MUI Muhyiddin Junaidi
	when	Selasa, 03 Maret 2020
	Where	Gedung MUI Pusat, Jakarta
	Why	Karena imbauan tersebut sesuai keterangan para ahli Kesehatan yang diyakini dapat menangkal virus corona
	How	dengan cara mencuci tangan secara ekstra memakai sabun dan berkumur serta membersihkan hidung secara benar dan sempurna. Selain itu juga harus berperilaku sehat dan higienis

<p>Tematik, Yakni cara wartawan menuliskan fakwa.</p>	<p>Paragraf</p>	<p>Secara struktur tematik, berita ini menampilkan satu tema yakni bagaimana wudhu yang dapat mencegah corona yang sesuai dengan agama dan ahli kesehatan</p>
<p>Retoris, yakni cara wartawan menekankan fakta</p>	<p>Pemilihan Kata, leksikon</p>	<p>‘Perbaiki wudhu’ ‘Umat muslim’ ‘Ekstra’ ‘Aturan main’</p>
	<p>gambar</p>	

Struktur Sintaksis

Headline atau judul dalam berita Tempo.co adalah, “tangkal virus corona MUI ajak umat islam perbaiki wudhu.” Lead berisikan,

Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengimbau umat Islam untuk memperbaiki wudhu guna menangkal virus corona atau covid 19.

Pada struktur ini wartawan memilih *headline* ‘tangkal virus corona MUI ajak umat islam perbaiki wudhu’, pemilihan judul tersebut dapat secara langsung dipahami inti dari imbauan MUI. *Headline* tersebut kemudian ditulis ulang pada lead dengan inti yang masih sama dengan *headline* tanpa ada penjabaran lagi. *Lead*

pada berita Tempo.co tersebut hanya berfungsi sebagai penjelas dan bukan sebagai penjabaran *headline*. Arah pemberitaan tersebut langsung kepada inti yaitu mengenai wudhu untuk mencegah corona.

Latar informasi pada berita tersebut yaitu adanya imbauan MUI bahwa dengan wudhu dapat menangkal virus corona. Berita ini menggunakan sumber informasi dari dua narasumber yakni, Wakil Sekretaris jenderal MUI Salahuddin Al Ayyubi dan Wakil Ketua MUI Muhyiddin Junaidi. Pernyataan yang dikutip dari Wakil Sekjen yakni,

“Mengajak umat Islam memperbanyak wudhu sesuai tata cara secara benar dan sempurna”

“Agar diyakini lebih bersih”

“Karena sesuai keterangan para ahli kesehatan, cara-cara tersebut diyakini dapat menangkal penularan virus corona”

Sementara pernyataan dari Wakil Ketua MUI yang dipilih adalah,

“Jadi itu semua sesuai aturan main dalam agama dan juga cocok dengan cara untuk menghindari virus corona”

Wartawan dominan menggunakan pernyataan narasumber sebagai pendukung dari teks berita yang dibuat. Setiap kalimat yang ditulis wartawan, diakhiri dengan pernyataan narasumber. Hal tersebut menunjukkan bahwa wartawan ingin menunjukkan jika teks yang ditulis tersebut berdasarkan informasi dari narasumber.

Pemilihan dua narasumber menunjukkan bahwa kalimat yang ditulis wartawan tersebut bukan hanya dari perkataan pribadi wakil sekretaris jenderal MUI

saja, namun juga merupakan hasil keputusan dari lembaga tersebut. Tempo menghadirkan dua narasumber untuk lebih mendukung berita tersebut.

Dalam penutup berita tersebut, dipaparkan pernyataan Wakil Ketua MUI bahwa imbauan mengenai tata cara wudhu dan hidup sehat sudah sesuai dengan aturan agama.

Dari struktur sintaksis ini terlihat bahwa arah pemberitaan Tempo.co adalah imbauan bahwa wudhu dapat mencegah corona ini telah didukung oleh narasumber yang relevan dan sesuai dari sisi agama maupun Kesehatan.

Struktur Skrip

Dalam berita Tempo.co tersebut kelengkapan 5W+1H sudah ditulis secara lengkap oleh wartawan. Penekanan pada teks berita tersebut yaitu pada unsur *who* dan *why*. unsur *who* dengan menghadirkan dua narasumber yang diwawancarai, hal itu menunjukkan bahwa Tempo ingin menghadirkan berita yang berimbang. Penekanan pada *why* yakni Tempo ingin menunjukkan juga bahwa imbauan wudhu yang dikeluarkan MUI tersebut telah sesuai dengan anjuran ahli kesehatan. Jelas dalam hal ini Tempo bermaksud selain dari segi agama, Tempo juga menghadirkan dari segi Kesehatan.

Unsur yang lain yakni *What*, MUI mengimbau umat islam untuk memperbaiki wudhu guna menangkal virus corona. Unsur, *when* yakni pada Selasa 03 Maret 2020. Unsur *Where* di Gedung MUI Pusat, Jakarta, serta unsur *How*, cara wudhu secara ekstra dengan memakai sabun dan membersihkan hidung serta berperilaku sehat.

Struktur tematik

Pada struktur ini dapat dilihat bagaimana wartawan menuliskan fakta. Paragraf pertama pada teks berita

Tempo.co tersebut yaitu lead yang menjelaskan bahwa MUI mengimbau umat islam untuk memperbaiki wudhu. Paragraf kedua menuliskan kutipan narasumber pertama tentang ajakan perbaiki wudhu. Paragraf ketiga berisikan tentang cara berwudhu sesuai yang dianjurkan MUI dengan pernyataan narasumber. Paragraf keempat berisi pernyataan narasumber pertama, tentang efek yang diharapkan jika memperbaiki wudhu. Paragraf kelima wartawan menuliskan pernyataan narasumber kedua yang berisikan bahwa imbauan MUI tersebut sesuai dengan aturan agama dan cocok untuk menghindari virus corona.

Teks berita tersebut berisikan satu tema besar yakni bagaimana wudhu yang dapat mencegah corona tersebut, lalu dijelaskan pada paragraf selanjutnya. Namun, pada paragraf akhir, ditambahkan pernyataan narasumber kedua yang juga mengimbau untuk hidup sehat. Dalam struktur ini terlihat bahwa penulis menyampaikan secara lugas dengan didukung dari dua pernyataan narasumber.

Struktur Retoris

Struktur ini menunjukkan bagaimana wartawan menekankan sebuah fakta. Teks berita Tempo.co memilih menggunakan kata ‘perbaiki’ dalam headline, kata perbaiki menurut KBBI mengandung pengertian menjadikan lebih baik.⁵⁹ Dapat diartikan bahwa maksud dari perbaiki wudhu adalah membetulkan cara wudhu menjadi lebih baik.

Penggunaan dua suku kata ‘umat muslim’ menunjukkan bahwa Tempo.co menuliskan berita tersebut dikhususkan untuk umat muslim saja. Wartawan juga menggunakan kata ‘ekstra’ dalam

⁵⁹ <https://kbbi.web.id>, diakses pada 13 November 2020

pernyataan narasumber sekretaris jenderal MUI dalam menjelaskan tata cara wudhu. Ekstra mengandung arti sangat dan lebih keras oleh karena itu dapat dimaknai bahwa cuci tangan yang dimaksudkan sekretaris jenderal MUI adalah secara lebih dengan sabun. Penggunaan kalimat “aturan main dalam agama” mengandung arti bahwa apa yang dianjurkan oleh MUI tersebut sudah sesuai dengan aturan islam.

Teks berita tersebut menampilkan gambar logo dan gedung MUI. Hal ini mengartikan bahwa wartawan memilih menekankan fakta pada lembaga yang menjadi sumber berita. Penekanan lainnya dapat dilihat bahwa Tempo.co hanya sebatas memaparkan penjelasan dari narasumber yang didukung dengan pernyataan narasumber yang menjelaskan bahwa tata cara wudhu tersebut juga sesuai dengan ahli kesehatan.

Tabel 4.7
Table Perbandingan Media

Aspek Amatan	Viva.co.id	Tempo.co
Sintaksis	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lead tidak menjelaskan judul 2. Narasumber hanya Wakil Sekretaris Jenderal MUI yang mengajak untuk mendekati diri kepada 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lead menjabarkan judul. 2. Menggunakan dua narasumber yakni Sekretaris Jenderal MUI dan Wakil Ketua MUI yang mengajak untuk memperbaiki wudhu serta manfaatnya untuk mencegah corona

	Allah agar terhindar dari musibah	
Skrip	Mengisahkan pernyataan narasumber, bahwa virus corona ini merupakan peringatan dari Allah, oleh karena itu cara mencegahnya adalah dengan mendekati diri kepada Allah	Mengisahkan pernyataan narasumber tentang cara dan manfaat memperbaiki wudhu guna mencegah corona yang telah sesuai dengan anjuran ahli kesehatan
Tematik	Fakta ditulis melebar dari pembahasan judul	Penulisan lugas dan sesuai dengan judul
Retoris	Viva menekankan bahwa corona dapat dicegah dengan mendekati diri kepada Allah	Tempo.co menekankan bahwa salah satu obat corona adalah dengan wudhu yang juga sudah sesuai dengan anjuran ahli kesehatan

Dari perbandingan diatas dapat dilihat bahwa Viva.co.id dan Tempo.co memaknai peristiwa secara berbeda. Viva.co.id mengambil pernyataan hanya dari Wakil Sekretaris Jenderal MUI yang menyatakan bahwa virus corona ini sebagai peringatan dari Allah. Oleh karena itu,

wudhu merupakan salah satu upaya untuk mendekatkan diri kepada Allah. Dalam hal ini, Viva.co.id ingin menampilkan bahwa obat dari virus corona adalah mendekatkan diri kepada Allah dengan meyakinkan kepada pembaca bahwa pernyataan bahwa corona adalah peringatan dari Allah berasal dari MUI.

Dari paragraf satu hingga terakhir secara inti menonjolkan mengenai tata cara mendekatkan diri kepada Allah dan tidak fokus kepada wudhu sesuai headline yang ditulis.

Pada unsur retorik, Viva.co.id menggunakan kata elemen masyarakat” yang berartikan bahwa imbauan ini berlaku untuk masyarakat secara umum bukan hanya kepada umat muslim saja.

Sementara Tempo.co dalam menuliskan headline hingga penutup memiliki kesinambungan. Tempo.co hanya fokus terhadap wudhu yang dapat mencegah corona. Media ini juga mengambil dua narasumber untuk memperkuat kalimat-kalimat yang ditulis. Narasumber utama yakni Wakil Sekretaris Jenderal MUI, Tempo.co memilih mengambil pernyataan narasumber tersebut pada pernyataan tata cara wudhu yang diperbaiki yang sudah sesuai ahli kesehatan dan manfaatnya,. Tempo.co juga mempertegas dengan menambahkan pernyataan dari narasumber kedua Wakil Ketua MUI yang menegaskan bahwa aturan tersebut sesuai dengan agama. Hal ini sesuai dengan prinsip Tempo yakni menyajikan berita yang jujur dan berimbang.

Pada unsur retorik, Tempo.co memakai kata “umat muslim”, yang berarti tempo menginginkan bahwa imbauan ini dikhususkan untuk umat muslim saja.

2. Prespektif Islam

Media Viva.co.id lebih menonjolkan cara bagaimana mendekatkan diri kepada Allah untuk menangkal virus corona. Imbauan-imbauan yang ditulis oleh media Viva.co.id tersebut sesuai dengan ayat al-Qur'an pada surat Asy Syu'ara ayat 80.

وَإِذَا مَرَضْتُ فَهُوَ يَشْفِينِ

*Artinya: dan apabila aku sakit, Dialah yang menyembuhkan aku.*⁶⁰

Tempo.co pun secara lugas menjelaskan tentang manfaat wudhu untuk mencegah corona yang sudah sesuai dengan anjuran ahli kesehatan dan aturan islam. Hal ini juga sesuai dengan firman Allah dalam al Qur'an surat al-maidah ayat 6.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا قُمْتُمْ إِلَى الصَّلَاةِ فَاغْسِلُوا وُجُوهَكُمْ وَأَيْدِيَكُمْ إِلَى الْمَرَافِقِ
وَأَمْسَحُوا بِرُءُوسِكُمْ وَأَرْجُلَكُمْ إِلَى الْكَعْبَيْنِ ۚ وَإِنْ كُنْتُمْ جُنُبًا فَاطَّهَّرُوا ۚ وَإِنْ كُنْتُمْ
مَرْضَىٰ أَوْ عَلَىٰ سَفَرٍ أَوْ جَاءَ أَحَدٌ مِنْكُمْ مِنَ الْغَائِطِ أَوْ لَمَسْتُمُ النِّسَاءَ فَلَمْ تَجِدُوا مَاءً
فَتَيَمَّمُوا صَعِيدًا طَيِّبًا فَامْسَحُوا بِوُجُوهِكُمْ وَأَيْدِيكُمْ مِنْهُ ۚ مَا يُرِيدُ اللَّهُ لِيَجْعَلَ عَلَيْكُمْ مِنْ
حَرَجٍ وَلَكِنْ يُرِيدُ لِيُطَهِّرَكُمْ وَلِيُتِمَّ نِعْمَتَهُ عَلَيْكُمْ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu hendak mengerjakan sholat maka basuhlah mukamu dan tanganmu sampai dengan siku, dan sapulah kepalamu dan (basuh) kakimu sampai dengan kedua mata kaki, dan jika kamu junub maka mandilah, dan jika mau sakit atau dalam perjalanan atau Kembali dari tempat buang air (kakus) atau menyentuh perempuan, lalu kamu tidak memperoleh air, maka bertayamumlah dengan tanah yang baik (bersih)

⁶⁰ al-Qur'an, Asy-Syu'ara: 80

, *sapulan mukamu dan tanganmu dengan tanah itu. Allah tidak hendak menyulitkan kamu, tetapi Dia hendak membersihkan kamu dan menyempurnakan nikmatNya bagimu, supaya kamu bersyukur.*⁶¹

Sesuai dengan norma keislaman, sudah selayaknya jurnalistik islam dijunjung agar kegiatan jurnalistik tidak lepas dari prinsip-prinsip islam seperti kejujuran, keadilan, tabayun dll.⁶² Oleh karena itu, dalam memberitakan sebuah peristiwa jurnalis perlu memahami peran dan tugasnya sesuai dengan kaidah keislaman. Menurut Samantho dalam bukunya *Jurnalistik Islami: Panduan praktis bagi para aktivis muslim yang dikutip oleh Suf Kasman menyatakan bahwa fungsi dan peran jurnalis islam yaitu:*

1. *Ta'dib al-ummah* yaitu mendidik masyarakat agar hidup sesuai syariat islam
2. *Ta'lim*, yaitu menggali informasi dan menyebarkan yang benar dan bermanfaat
3. *Tabbayun*, yaitu melakukan seleksi dari berita yang memberikan pengaruh buruk atau fitnah
4. *Da'wah ila Allah* yaitu mengajak dan menasehati ke jalan yang baik
5. *Tawashaw bill-haq* yaitu menyampaikan dan membela kebenaran.⁶³

Media Viva.co.id dalam hal ini menyajikan berita tentang peristiwa MUI memberikan imbauan tersebut menggunakan peran jurnalistik dalam *Da'wah ila Allah* (mengajak dan menasehati ke jalan yang baik). Hal itu

⁶¹ Al-Qur'an, *Al-Maidah*:6

⁶² Anton Ramdan, *Jurnalistik Islam* (Jakarta: Sahara Digital Publishing,2015), 11

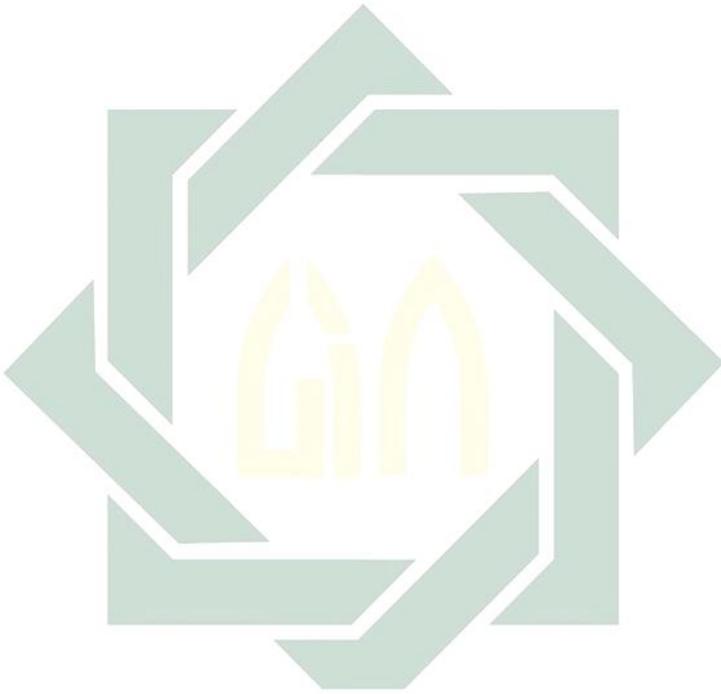
⁶³ Suf Kasman, *Jurnalisme Universal* (Jakarta: Pt. Mizan Media Utama 2004), 49-50

terjadi karena framing pada media Viva.co.id mengarah kepada cara-cara mendekati diri kepada Allah untuk mencegah corona. Hasil dari konstruksi Viva.co.id menunjukkan bahwa media tersebut memberikan peran lebih dalam membantu MUI menyebarkan informasi tentang pentingnya mempertekun ibadah dalam masa pandemi corona.

Media Tempo.co dalam hal ini menggunakan peran jurnalistik sebagai *Ta'lim* (menggali informasi dan menyebarkan) karena Framing Tempo.co menunjukkan bahwa media tersebut hanya menyalurkan informasi dari apa yang disampaikan oleh MUI.

Media Viva.co.id dan Tempo.co merupakan media umum, namun keduanya memiliki kontribusi besar dalam penyiaran dakwah islam. Dapat dikatakan berdakwah jika memiliki salah satu unsur dari pesan dakwah yaitu akidah, syariah, akhlak.⁶⁴ Dalam teks berita media Viva.co.id dan Tempo.co, mengandung pesan dakwah berupa syariah dalam bidang ibadah, yakni tentang bersuci. Dengan demikian kedua media tersebut mengkonstruksi suatu realitas secara berbeda, namun masih sama-sama berisi tentang ajakan kebaikan.

⁶⁴ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2017), 284



BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Dari hasil analisis pada teks berita media Viva.co.id dan Tempo.co tentang imbauan MUI “wudhu untuk mencegah corona”, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Konstruksi
 - a. Media Viva.co.id ingin menjelaskan kepada khalayak bahwa menurut MUI obat corona sudah ada yakni dengan mendekatkan diri kepada Allah.
 - b. Media Tempo.co lebih focus memandang bahwa wudhu merupakan salah satu cara menangkal virus corona yang sesuai dengan anjuran MUI dan didukung ahli kesehatan.
2. Perbedaan yang menonjol pada media Viva.co.id dan Tempo.co terletak pada:
 - a. Sintaksis. Viva.co.id menuliskan *lead* yang tidak menjabarkan *headline*. Sementara Tempo.co *lead* dan *headlinenya* berkesinambungan.
 - b. Skrip. Viva.co.id lebih menonjolkan pada *how* yaitu bagaimana cara-cara mendekatkan diri kepada Allah untuk mencegah corona. Sedangkan Tempo.co menonjolkan *who*, yaitu dengan menggunakan dua narasumber serta *why*, karena sudah sesuai dengan ahli Kesehatan.
 - c. Tematik. Pada struktur ini tidak menunjukkan perbedaan secara menonjol.
 - d. Retoris. Viva.co.id menggunakan judul “perbanyak wudhu”, sementara Tempo.co menggunakan judul “perbaiki wudhu”. Dalam menginformasikan imbauan ini untuk siapa, Viva.co.id menggunakan kata “elemen bangsa, masyarakat dan umat islam”. Sementara tempo.co menggunakan kata “umat muslim” saja.

B. Rekomendasi

1. Untuk masyarakat diharapkan dapat memahami bahwa media massa tidak secara alami begitu saja dalam memberitakan suatu peristiwa. Sehingga, setiap pemberitaan diharapkan dapat dipahami dari segala sisi.
2. Untuk peneliti diharapkan dapat mengkaji ulang dengan menggunakan metode analisis lainnya, supaya dapat mengetahui konstruksi media dari prespektif lain.

C. Keterbatasan penelitian

Kesulitan peneliti dalam penelitian ini adalah dalam menggunakan perangkat analisis Zhondhang Pan dan Gerald M. Kosicki. Perangkat analisis ini membutuhkan ketajaman dalam memaknai setiap kata maupun kalimat secara kritis. Peneliti dalam melakukannya sering menemui kendala dalam memaknai kalimat. Selain itu peneliti tidak sampai menggali data dari informan penulis sehingga peneliti terbatas dalam memaknai apa yang ada dalam teks.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajib, M., *Fiqh Wudhu Versi Madzab Syafi'iy*, Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2019.
- Anggito A. Setiawan J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Sukabumi: Jejak, 2018.
- Ansyari, S. Nugraha, B., *Imbauan MUI Terkait Virus Corona Perbanyak Wudhu*, diakses pada 25 Oktober 2020, dari <https://www.viva.co.id/berita/nasional/>
- Arifin, A., *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Aziz, Ali. *Ilmu Dakwah* Jakarta: kencana, 2017.
- Agustinova, Danu., *Memahami Metode Penelitian Kualitatif* Yogyakarta: Calpulis, 2015.
- Badara, A., *Analisis Wacana: Teori, Metode, dan Penerapannya pada Wacana Media*, Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2012.
- Burhan, E. Susanto, A., Dkk, *Pedoman Tata Laksana Covid 19 Edisi 3* Jakarta: diterbitkan bersama Perhimpunan Dokter Spesialis Paru, Spesialis Kardiovaskular, Spesialis Penyakit Dalam, Perhimpunan Dokter Anestsiologi Dan Terapi Intensif, Ikatan Dokter Anak Indonesia, 2020
- Eryanto, *Analisis Framing Kontruksi, Ideologi dan Politik Media* Yogyakarta: LKIS, 2002.
- Fadilla, N. "Unsur Layak Berita Pada Produk Jurnalistik Rubrik Infotainment Di Media Online Analisis Isi Pada JPNN.Com Edisi Desember 2015" *Skripsi, Jurusan Ilmu Komunikasi*

Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, 2017.

Hikmat, M., *Metode Penelitian Dalam Prespektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2011.

Jayani, D.H. *Asal Usul Virus Corona Masuk Indonesia*, diakses pada tanggal 25 september 2020 dari <https://katadata.co.id/timdatajournalism/analisisdata/5ecb63ef78264/asal-usul-virus-corona-masuk-ke-indonesia>.

Karman “Konstruksi Realitas Sosial Sebagai Gerakan Pemikiran (Sebuah Telaah Teoretis Terhadap Konstruksi Realitas Peter L. Berger) “. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Komunikasi Dan informatika*, vol.5, no.3, 2015.

Karman. “Media Dan Konstruksi Realitas (Analisis Framing Terhadap Pemberitaan Koran Tempo Mengenai Khusus Ledakan Bom Di Masjid Mapolres Cirebon)” *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*. vol.16, no. 1, 2012.

Kasman, S., *Jurnalisme Universal* Jakarta: PT. Mizan Media Utama 2004

KBBI, <https://kbbi.web.id>.

Lukmawati, L. “Ketenangan: makna Dawamul Wudhu” *Jurnal Psikologi islami*,. vol.1 no. 2, 2015.

Purnamasari, D.M., “Milad Ke 45 MUI, Wapres: Jaga Kepercayaan Masyarakat Dan negara”, *Kompas.com*, 07 Agustus 2020.

Ramdan, A., *Jurnalistik Islam* Jakarta: Sahara Digital Publishing,2015

- Rifa'I, M., *Risalah Tuntunan Shalat Lengkap Semarang: Toha Putra*, 1976
- Sarbini, A. "Paradigma Baru Pemikiran Dakwah Islam". *Jurnal Ilmu Dakwah*, vol. 4, no.15, 2010.
- Semiawan C.R., *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Grasindo, 2010.
- Sobur, A., *Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Dan Analisis Framing*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015.
- Suhandang, K., *Pengantar Jurnalistik Organisasi, Produk Dan Kode Etik*, Bandung: Nuansa Cendekia, 2016.
- Suprayogo, I. Tobroni, *Metodologi Penelitian Sosial- Agama*, Bandung: Rejama Rosdakarya, 2001.
- Tempo.co, Redaksi, diakses pada 18 Oktober 2020, dari <https://www.tempo.id/corporate>.
- Universitas Binadharma. "Pemahaman Teoritik Teori Konstruksi Sosial", *Jurnal Inovasi*, vol. 12 no. 2, 2018.
- Viva.co.id, Redaksi, diakses pada 18 Oktober 2020 dari <https://www.viva.co.id/tentang-kami>, Diakses Pada 18 Oktober 2020.
- Wafa, M.A., *Peluncuran Logo Baru Viva.Co.Id*, diakses pada 22 Februari 2018, dari <https://www.viva.co.id/foto/berita/20424-peluncuran-logo-baru-viva-co-id-1newstainment> Viva.Co.Id.
- Wahyuni, I., *Komunikasi Massa* Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.

Wazis, K., *Konstruksi Realitas Media Massa, Studi Fenomenologi Awak Redaksi*, Yogyakarta : Uluh Media, 2018.

Widi, R.K., *Asas Metodologi Penelitian Sebuah Pengenalan Dan Penuntun Langkah Demi Langkah Pelaksanaan Penelitian*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

Wikipedia, diakses pada 18 oktober 2020, dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Tempo.Co>.

Yasmin, P. *Asal Usul Virus Corona Berasal dari mana sebenarnya?*. diakses pada tanggal 24 September 2020 dari <https://news.detik.com/berita/d-4966701/asal-usul-virus-corona-berasal-dari-mana-sebenarnya>.

Zamroni, M., *Filsafat Komunikasi Pengantar Ontologis, Epistemologis, Aksiologis* Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009

