

CITRA SETYA DI JAGAD MAYA
(ANALISIS SEMIOTIKA DAN ETIKA KOMUNIKASI ISLAM
GAMBAR SETYA NOVANTO PADA AKUN *INSTAGRAM DETIK.COM*)

Mustafa

Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau
Jl. Soebrantas km 15 No. 155 Pekanbaru, 28293
Email: mustafa@uin-suska.ac.id

Abstrak

Setya Novanto salah satu ikon politik Indonesia yang selalu menjadi perbincangan di media sosial. Novanto kemudian kembali menjadi buah bibir tatkala Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) menetapkannya sebagai tersangka dalam kasus KTP Elektronik yang diduga merugikan negara triliunan rupiah. Dia kemudian melakukan gugatan hukum atas penetapan status tersebut dan menang di pra peradilan. Namun kemudian KPK kembali menetapkan Setya Novanto sebagai tersangka untuk kedua kalinya. Penelitian ini bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta dan sifat populasi. Peneliti berusaha untuk melakukan pendeskripsian fakta-fakta gambar Setya Novanto dengan memakai analisis semiotika Roland Barthes. Dari hasil analisis diketahui gambar Setya Novanto yang ditampilkan dalam akun Instagram detik.com ada yang berbentuk foto aktifitas Setya Novanto, info grafis perkembangan kasus yang membelitnya, serta gambar kartun. Secara denotasi foto yang dimuat detik.com tidak semuanya mengandung unsur kebaruan. Secara konotasi makna yang muncul dalam setiap gambar yang diupload oleh Instagram detik.com terkait Setya Novanto adalah negatif. Ditinjau dari perspektif Etika Komunikasi Islam, detik.com sudah berupaya menerapkan etika itu, namun demikian masih ada beberapa postingan terutama yang direkayasa dalam bentuk kartun yang tidak sesuai dengan etika komunikasi Islam seperti qaulan ma'rufan dan qaulan balighan. Meskipun memenuhi hampir seluruh syarat etika, namun komentar atas postingan akun detik.com dalam kasus Setya Novanto banyak yang tidak sesuai dengan etika komunikasi Islam. Hal ini tentu merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari keseluruhan proses komunikasi yang terjadi pada akun tersebut.

Keyword **media sosial, instagram, semiotika, etika komunikasi Islam.**

PENDAHULUAN

Media sosial sejatinya diciptakan untuk interaksi sosial antarmanusia yang selama ini terpisah jarak dan waktu. Di sini orang tidak hanya berinteraksi, tetapi juga berbagi dan kadang juga berpartisipasi. Tak dapat dipungkiri dimana ada warga yang berkerumun, apalagi kerumumnan itu selalu ramai dan tidak pernah sepi, maka disaat itu pula akan banyak orang berjualan, bercerita, bergaya dengan kelebihan dan kekurangan masing-masing.

Banyak pengamat memusatkan perhatian pada berkembangnya berita palsu dan menuding media sosial telah mengantarkan kita pada era “post-truth” atau pasca-kebenaran, situasi di mana emosi dan kepercayaan pribadi lebih berpengaruh daripada fakta objektif.¹ Semua itu bermula dari sebuah kabar yang tersebar dalam ruang media sosial yang berjejaring menembus batas ruang dan waktu. Ketergantungan kepada media sosial praktis telah membuat kita tanpa sadar percaya akan apa yang tersaji di dalamnya.

Laporan Tetra Pak Index 2017 yang belum lama ini diluncurkan mencatat, ada sekitar 132 juta pengguna internet di Indonesia. Sementara hampir setengahnya adalah penggila media sosial, atau berkisar di angka 40 persen. Angka ini meningkat lumayan dibanding tahun lalu. Pada tahun 2016 kenaikan

¹ Merlyna Lim, *Bukan sekadar berita palsu: media sosial dan kampanye politik yang disetir pasar*, diakses dari <https://theconversation.com/bukan-sekadar-berita-palsu-media-sosial-dan-kampanye-politik-yang-disetir-pasar-81755>, pada tanggal 19 November 2017 pukul 17.00 WIB.

pengguna internet di Indonesia berkisar 51 persen atau sekitar 45 juta pengguna, diikuti dengan pertumbuhan sebesar 34 persen pengguna aktif media sosial. Sementara pengguna yang mengakses sosial media melalui mobile berada di angka 39 persen. Tetra Pak Index juga mengungkap bahwa tercatat ada lebih dari 106 juta orang Indonesia menggunakan media sosial tiap bulannya, dimana 85 persen di antaranya mengakses sosial media melalui perangkat seluler.²

Salah satu media sosial yang paling populer di Indonesia adalah Instagram. Situs berbagi foto dan video ini, saat ini menjadi tren di kalangan berbagai usia di Indonesia. Sebaran foto atau gambar yang disertai teks telah menjadi model baru dalam cara manusia berkomunikasi di zaman kini.

Setya Novanto salah satu ikon politik Indonesia yang selalu menjadi perbincangan di media sosial. Perbincangan mengenai Novanto seolah tak berhenti ketika kasus Papa Minta Saham yang menyeret namanya sebagai orang yang ingin mengatur pembagian saham di PT Freeport Indonesia. Novanto kemudian kembali menjadi buah bibir tatkala Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) menetapkannya sebagai tersangka dalam kasus KTP Elektronik yang diduga merugikan negara triliunan rupiah. Dia kemudian melakukan gugatan hukum atas penetapan status tersebut dan menang di pra peradilan. Namun kemudian KPK kembali

² Yudhianto, *132 Juta Pengguna Internet Indonesia, 40% Penggila Medsos*, diakses dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3659956/132-juta-pengguna-internet-indonesia-40-penggila-medsos>, pada tanggal 19 November 2017 pukul 01.30 WIB

menetapkan Setya Novanto sebagai tersangka untuk kedua kalinya. Pada tahap inilah Novanto kemudian mengalami kecelakaan saat akan menuju KPK untuk menjalani pemeriksaan.

Detik.com salah satu kanal informasi terbesar di Indonesia merekam peristiwa tersebut dalam berita. Detik.com juga memiliki akun di media sosial Instagram yang memuat foto dan caption berita untuk menggambarkan apa yang menjadi trend dalam situs beritanya. Adalah menarik untuk menganalisis bagaimana makna yang terkandung di balik foto dan caption berita yang ditampilkan detik.com pada akun Instagram tersebut, serta bagaimana publik atau follower detik.com merespon gambar dan caption tersebut.

Ketertarikan itu setidaknya dilandasi oleh beberapa hal; *pertama*, Setya Novanto adalah seorang tokoh politik yang menyita perhatian publik yang begitu besar saat itu, yang dibuktikan dengan maraknya pemberitaan mengenai dirinya dan riuhnya kicauan di media sosial seperti Instagram, Twitter dan Facebook. Novanto dengan segala tindak tanduknya dan maraknya pemberitaan tentang dirinya, telah mengundang publik untuk berpartisipasi seperti memberikan komentar terhadap segala hal yang berkaitan dengannya.

Kedua, Setya Novanto sebagai aktor politik dimana dia menjadi Ketua Umum Partai Golkar sudah pasti menarik bagi media massa. Meski didera kasus hukum, dia dan para loyalisnya akan berusaha membangun citra bahwa dia tidak bersalah dan layak memimpin Golkar dan DPR, sehingga pesan-pesan

politiknya bisa tersalurkan kepada warga yang akan menjadi pemilih. *Ketiga*, detik.com adalah media massa online nasional yang sebarannya menjangkau hampir seluruh Indonesia. Itu artinya media ini juga ikut berupaya memengaruhi opini publik melalui berita yang dimuat di situs tersebut. Di samping itu akun Instagram detik.com juga memiliki pengikut dalam jumlah besar yakni 531.000 pengikut. Angka yang cukup besar untuk sebuah akun situs berita, sehingga distribusi pesan dari akun ini akan diterima oleh banyak orang yang mengikuti perkembangan posting di detik.com.

Dari latar belakang di atas, maka dirumuskan sebuah masalah yakni bagaimana analisis gambar Setya Novanto pada akun Instagram detik.com?

LANDASAN TEORI

Dalam perkembangan kehidupan manusia, pesan dalam komunikasi dipengaruhi oleh perasaan yang dapat berupa ide atau gagasan, informasi, himbauan, saran, usul, bahkan perintah. Komunikasi tidak lagi dimaksudkan untuk memberitahukan maksud yang terangkum dalam pesan kepada orang lain, tetapi juga sudah mulai memberi pengaruh bagaimana agar pesan yang disampaikan diikuti dengan tindakan yang sesuai dengan keinginan si pemberi pesan³.

³ Onong Uchjana Efendi.2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Adhya Bakti. hlm 2.

Keinginan memberi pengaruh dilatarbelakangi oleh ragam kepentingan yang menghinggapi setiap individu maupun kelompok. Kepentingan yang beragam telah memberi ruang kemunculan kreativitas dari para individu dan kelompok untuk menyusun dan membungkus sebuah pesan yang menarik, bernilai, dan dianggap sebagai kebenaran. Dengan bungkus yang menarik dan bernilai kebenaran itu, maka diharapkan apa yang disampaikan akan diikuti oleh setiap komunikan.

Keterbukaan dan kebebasan menyampaikan pendapat telah memberikan ruang munculnya kreativitas penyampaian pesan ini. Dulu sebelum komunikasi menjadi sebuah ilmu yang lahir di Amerika, sudah ada retorika di Yunani yang mengkaji proses pernyataan antarmanusia pada abad ke 5 sebelum masehi, lalu kemudian muncul *Publizistik Wissenschaft* di Jerman setelah sebelumnya dimulai oleh kaisar Romawi melalui penempelan pengumuman kegiatan Senat di sebuah dinding yang disebut *Acta Diurna*⁴

Penyebaran informasi, himbuan atau perintah mulai disadari tidak bisa hanya dilakukan melalui lisan atau dari mulut ke mulut tetapi mulai disadari disampaikan dengan media yang berbeda yakni tulisan, foto, suara dan layar bergerak . Dengan pesan-pesan yang disebarkan melalui medium yang banyak ini, maka pesan kemudian bisa dibuat dalam jumlah yang banyak dan bisa didistribusikan ke banyak tempat untuk

⁴ Asa Briggs dan Peter Burke, 2006. *Sejarah Social Media*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, hlm 18.

dilihat dan dipahami oleh banyak orang. Sejarah mencatat kemudian bahwa kelahiran publisistik ini pula yang mengilhami lahirnya komunikasi massa yang di kemudian hari berkembang menjadi saluran yang semakin bervariasi baik bentuk maupun isinya. Inilah yang disebut oleh sosiolog komunikasi Kanada Marshall McLuhan sebagai *the extension man* atau tangan panjang manusia. Melalui media massa manusia bisa melanjutkan komunikasi⁵.

a. Media Sosial

Media sosial adalah media online yang memungkinkan bagi pengguna untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi. Menurut Bossman & Zagenczyk, media sosial memiliki sifat berhubungan, berbagi dan berkolaborasi.⁶ Media sosial juga memungkinkan para penggunanya untuk senantiasa berinteraksi, membangun opini, dan juga menancapkan pengaruh kepada semua khalayak yang terlibat di dalamnya.

Olivier Blanchard menilai sesungguhnya program media sosial bukanlah kegiatan pemasaran tambahan saja. Program ini bukanlah membenaran percakapan, keterlibatan, dan istilah-istilah apapun yang masuk ke dalam diskusi mengenai media sosial. Program

⁵ Jakob Oetama. 2001 *Pers Indonesia; Berkomunikasi dalam Masyarakat Tidak Tulus*, Jakarta: Kompas Media Nusantara. hlm 4

⁶ Yanti Herianti. 2014 . *Blogquest+: Pemanfaatan Media Sosial pada Pembelajaran Sains Berbasis Isu Sosiosaintifik untuk Mengembangkan Keterampilan Berargumentasi dan Literasi Sains*. Bandung. Sekolah Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia. hlm 32.

media sosial merupakan program mekanisme komunikasi terintegrasi yang memperkuat dampak dari setiap fungsi organisasi dengan memanfaatkan kekuatan jejaring manusia melalui platform jejaring sosial. Program ini adalah pelengkap, dan bukan pengganti dari bentuk taktik lainnya. Dalam istilah militer media sosial disebut sebagai pelipat ganda kekuatan yakni sebuah elemen taktik yang membuat kekuatan menjadi jauh lebih efektif dan efisien.⁷

b. Instagram

Instagram adalah situs berbagi foto dan video yang sangat populer saat ini. Adalah Kevin Systrom dan Michel “Mike” Krieger yang memulai Instagram pada 6 Oktober 2010.⁸ Awal mula cikal bakal Instagram berasal dari sebuah aplikasi mobile web bernama Burbn. Instagram memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan Polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti bergerak.

Awalnya, Kevin dan Mike menciptakan aplikasi mobile web bernama Burbn. Aplikasi ini punya fitur semacam check-in lokasi, pengguna akan

mendapatkan poin di aplikasi ini setiap kali mereka check-in saat bergaul dengan teman, posting foto, dan banyak lagi. Tapi, karena fitur di dalam aplikasi Burbn terlalu banyak, mereka membuat aplikasi baru yang lebih simple yaitu Instagram. Kalau aplikasi yang terdahulu punya banyak fitur, Kevin dan Mike sengaja membuat Instagram dengan tiga macam fitur, yaitu posting foto, komentar dan like. Nama Instagram diambil dari kata “insta” yang berasal dari kata “instan”. Kata instan juga diambil dari cara kerja kamera Polaroid yang menghasilkan foto secara instan. Makanya, lambang Instagram mirip kamera Polaroid. Sedangkan “gram”, diambil dari kata “telegram” yang berarti cara kerjanya mengirimkan informasi secara cepat.⁹

Instagram mengalami perkembangan yang sangat luar biasa dan telah diakses oleh banyak orang di dunia, akhirnya pada 9 April 2012 Instagram diambil alih oleh facebook dengan nilai hampir \$1 miliar dalam bentuk tunai dan saham.

Dulunya aplikasi instagram ini hanya bisa didownload dari App Store, tetapi seiring dengan berkembangnya aplikasi ini akhirnya instagram hadir di Play Store dan tentunya para pengguna android telah bisa menggunakan aplikasi Instagram.

Setelah peluncurannya, Instagram menemukan fakta bahwa para pengguna kebanyakan lebih tertarik untuk berbagi foto daripada *check-in* (*measure*). Tim kemudian memutuskan untuk mengubah fokusnya pada fitur berbagi foto saja. Sembari

⁷ Olivier Blanchard. 2015. *Social Media ROI. Mengelola dan Mengukur Media Sosial pada Organisasi Anda*. Jakarta: Elex Media Komputindo. hlm 8.

⁸ Joana Mattern. 2017. *Instagram*. Minnesota: Abdo Publishing. hlm 8

⁹ Kjell H Landsverk. 2014. *Instagram Handbook*. London: Primehead Limited. hlm 1-3

mengembangkan aplikasi berbagi foto, bahwa seberapa bagus foto, kecepatan unggahan, dan kerjasama layanan lain seperti *Facebook* dan *Twitter* menjadi semakin penting. Setelah menetapkan poin-poin penting ini, mereka kemudian memproses pengembangan produk yang lebih jauh.¹⁰

Indonesia menjadi negara dengan pengguna Instagram terbesar se-Asia Pasifik. Dari 700 pengguna aktif bulanan alias *Monthly Active User* (MAU) yang diraup Instagram secara global, 45 juta di antaranya berasal dari Indonesia. Angka 45 juta MAU menunjukkan peningkatan yang signifikan jika dibandingkan dengan Januari 2016. Kala itu, MAU Instagram di Indonesia hanya 22 juta. Menurut *Country Head Facebook* Indonesia, Sri Widowati, orang Indonesia sangat aktif di Instagram. Para artis, content creator, sampai pebisnis benar-benar memaksimalkan manfaat Instagram,

Sri mengatakan Instagram telah melahirkan banyak komunitas di seluruh dunia. Indonesia sendiri memiliki budaya “kumpul-kumpul” yang lekat sehingga komunitas Instagramnya masif dan terjaga. Instameet (komunitas Instagram) di Indonesia termasuk yang terbesar di dunia. Aktifnya bukan cuma di kota-kota besar, tapi sampai kota-kota kecil.¹¹

¹⁰ Uzzaman, Aniss, 2015. *Startup Pedia, Panduan Membangun Startup ala Silicon Valley*. Yogyakarta: Penerbit Bintang. hlm 67

¹¹ Fatimah Kartini Bohang, *Indonesia, Pengguna Instagram Terbesar se-Asia Pasifik*, diakses dari <http://tekno.kompas.com/read/2017/07/27/11480087/indonesia-pengguna-instagram-terbesar-se-asia-pasifik>, pada tanggal 19 November 2017 pukul 00.30 WIB.

Selain itu, pengguna Instagram di Indonesia juga sangat aktif memanfaatkan fitur Stories. Setiap harinya, pengguna Instagram bisa mengunggah konten Stories dua kali lebih banyak dari rata-rata pengguna global.

Marry Warner Marien dalam bukunya *Photography and Its Critics*, mengatakan efek fotografi yang membuatnya dipuji bukanlah visual tetapi sosial. Hal ini memberikan pesan bahwa sebuah foto atau gambar tidak hanya dilihat dari tampilannya semata tetapi sejauh mana foto tersebut bisa memberikan gambaran sosial kepada warga yang melihatnya. Adapun Oscar Motuloh, mengutip Wilson Hick menjelaskan bahwa foto jurnalistik adalah media komunikasi yang menggabungkan elemen verbal dan visual. Elemen verbal yang berupa kata-kata disebut caption. Caption berfungsi melengkapi sebuah gambar karena sebuah foto tanpa keterangan dapat kehilangan makna.¹² Dari hal tersebut bisa disimpulkan bahwa secara sederhana foto jurnalistik adalah foto yang bernilai berita atau foto yang menarik bagi pembaca tertentu dan informasi tersebut disampaikan kepada masyarakat sesingkat mungkin.

c. Semiotika

Secara etimologi istilah semiotik berasal dari bahasa Yunani *semeion* yang berarti tanda. Tanda itu sendiri berarti sesuatu yang terbentuk atas dasar konvensi sosial yang terbangun sebelumnya, yang kemudian dianggap

¹² Taufan Wijaya. 2014. *Foto Jurnalistik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. hlm 17

mewakili sesuatu yang lain. Tanda pada masa ini bermakna sesuatu hal yang menunjuk pada adanya hal lain contohnya asap menandai adanya api. Van Zoes mengartikan semiotik sebagai ilmu tanda dan segala yang berhubungan dengannya: cara berfungsinya, hubungan dengan kata lain, pengirimannya, serta penerimaan oleh mereka yang mempergunakannya.¹³

Semiotik menjadi salah satu kajian yang bahkan menjadi tradisi dalam teori komunikasi. Tradisi semiotik terdiri atas sekumpulan teori tentang bagaimana tanda-tanda merepresentasikan benda, ide, keadaan, situasi, perasaan dan kondisi di luar tanda-tanda itu sendiri. Penyelidikan terhadap tanda-tanda ini tidak hanya memberikan cara untuk melihat komunikasi tetapi juga memiliki pengaruh yang kuat pada setiap perspektif yang sekarang diterapkan di teori komunikasi.¹⁴

Salah satu tokoh penting semiotika adalah Roland Barthes. Ia banyak menulis buku seputar semiotika, antara lain *Mythologies* (1973), *Element of Semiology* (1977), *The Fashion System* (1983), dan *Camera Lucida* (1994). Teori semiotika ini kerap digunakan untuk menelaah tanda-tanda dalam bentuk iklan. Dengan teori ini, sebuah iklan tidak hanya bisa ditelaah secara apa yang tersurat, melainkan juga yang bisa sampai pada mitos di baliknya. Jika kita melihat iklan rokok di televisi, hampir

tidak kita jumpai wujud fisik rokok diperlihatkan di sana. Bahkan anjuran untuk merokok pun tidak tersajikan. Sebaliknya, pada akhir iklan justru ada pesan bahwa rokok itu membahayakan kesehatan. Namun, kita tidak dapat menghindari bahwa iklan ini membawa pesan tertentu, bahkan sampai pada sebuah mitos yang ingin terus dipelihara bahwa merokok itu jantan (macho), supel, trendy, cekatan, disukai lawan jenis, dan berbagai karakter positif lainnya.¹⁵

Mitos adalah suatu bentuk pesan atau tuturan yang harus diyakini kebenarannya tetapi tidak dapat dibuktikan. Mitos bukan konsep atau ide tetapi merupakan suatu cara pemberian arti. Secara etimologis, mitos merupakan suatu jenis tuturan, tentunya bukan sembarang tuturan. Suatu hal yang harus diperhatikan bahwa mitos adalah suatu sistem komunikasi, yakni suatu pesan (*message*). Tetapi mitos tidak didefinisikan oleh objek pesan melainkan dengan cara menuturkan pesan tersebut, misalnya dalam mitos, bukan hanya menjelaskan tentang objek pohon secara kasat mata, tetapi yang penting adalah cara menuturkan tentang pohon tersebut.

Pengertian mitos dalam konteks mitologi-mitologi lama mempunyai pengertian suatu bentukan dari masyarakat yang berorientasi pada masa lalu atau dari bentukan sejarah yang bersifat statis, kekal. Mitos dalam

¹³ Drs.Alex Sobur, MSi. 2002. *Analisis Teks Media, Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framming*. Bandung: Remaja Rosdakarya. hlm 56-57.

¹⁴ Sthepen W Little Jhon dan Karen A Foss. 2009. *Teori Komunikasi, Theories of Human Communcation*. Jakarta: Salemba Humanika. hlm 53.

¹⁵ Shidarta, *Teori Semiotika Roland Barthes*, diakses dari <http://darta-anekateori.blogspot.co.id/2011/04/teori-semiotika-roland-barthes.html>, pada tanggal 19 November 2017 pukul 10.00 WIB.

pengertian lama identik sejarah/histori, bentuk masyarakat pada masanya.

Dalam bentuk praksisnya Roland Barthes menilai mitologis dapat berbentuk tulisan, fotografi, film, musik, laporan ilmiah, olahraga, pertunjukan, iklan, dan juga lukisan. Menurutnya struktur semilogis dan berbagai implikasinya dapat dipakai dalam memahami kebudayaan kita yang termanifestasikan dalam kehidupan keseharian kita yang justru adalah ladang subur pengkajian semiologi.¹⁶

Berkaitan dengan contoh tersebut Barthes cenderung memisahkan ketiga istilah signifier, signified, dan sign sebagaimana tampak pada bagan berikut:

1. Signifier (Penanda)	2. Signified (Petanda)
3. Sign (Tanda)	

Dalam mitos kita menemukan ketiga pola di atas, yakni signifier, signified, dan sign, tetapi mitos mempunyai sistem yang lebih unik karena sistem semiologisnya dikonstruksi dari sistem semiologis sebelumnya, yakni sign atau tanda.

Pada peta tanda Roland Barthes tersebut diatas dapat diuraikan secara lebih sederhana bahwa munculnya sebuah makna denotasi tidak terlepas dari adanya sebuah penanda dan juga petanda. Namun tanda denotasi juga dapat membuat persepsi kepada sebuah penanda konotasi. Tetapi jika dapat mengenal adanya bentuk seperti bunga mawar, maka persepsi petanda konotasi

yang akan muncul dari bunga mawar adalah cinta, romantis, dan kelembutan. Itu karena sudah adanya kesepakatan pada sebagian masyarakat tertentu.

Signifikansi tahap pertama merupakan hubungan antara signifier (penanda) dan signified (petanda) dalam sebuah tanda terhadap kualitas eksternal. Barthes menyebutnya dengan denotasi atau makna yang nyata dari tanda. Sedangkan konotasi adalah istilah Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua. Hal tersebut menggambarkan interaksi ketika tanda bertemu dengan perasaan atau emosi pembaca dan nilai-nilai sosialnya. Konotasi mempunyai makna subjektif atau intersubjektif. Denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap sebuah objek, sedangkan konotasi bagaimana menggambarkannya. Dengan demikian keseluruhan tanda dalam denotasi berfungsi sebagai penanda pada konotasi atau mitos. Aspek subjektif berkaitan dengan kemampuan artistik dan daya kreativitas yang dibentuk oleh kebudayaan, mitos, kepercayaan, atau ketidaksadaran itu sendiri.¹⁷

Mitos mengandung dua sistem semiologi. Pertama kita melihat bahasanya atau modus representasinya seperti fotografi, lukisan, poster, ritual atau objek lainnya yang disebut dengan objek bahasa atau meta-language, karena bahasa mitos merupakan bahasa kedua, dari pembicaraan bahasa pertamanya. Ketika seorang semiolog mulai merefleksikan *meta-laguange*, yang paling diperlukan adalah tanda global atau sign, ia tidak lagi membutuhkan

¹⁶ Kurniawan.2001. *Semiologi Roland Barthes*. Jakarta: Yayasan Indonesiaterra.hlm 23.

¹⁷ Dudi Sabil Iskandar dan Rini Lestari.2016. *Mitos Jurnalisme*. Yogyakarta: Penerbit ANDI. hlm 45.

komposisi bahasa, dan tidak memerlukan skema linguistik.

Fenomena gambar (*mass image*) tetap menarik perhatian kita sampai sekarang dan bahkan masih menjadi perdebatan teoritis. Gambar sudah menjadi menu harian kita. Dilihat dari sisi ini. Perhatian Barthes pada fenomena gambar dapat kita tempatkan dalam satu garis dengan kritik budaya media (*culture industry*). Barthes menggunakan istilah *orders of signification*. *First order of signification* adalah denotasi, sedangkan konotasi adalah *second order of signification*. Tatanan yang pertama mencakup penanda dan petanda yang berbentuk tanda. Tanda inilah yang disebut makna denotasi. Kemudian dari tanda tersebut muncul pemaknaan lain, sebuah konsep mental lain yang melekat pada tanda (penanda). Pemakaian baru inilah yang kemudian menjadi konotasi.

Jadi, dalam konsep Barthes, tanda konotatif tidak sekedar memiliki makna tambahan namun juga mengandung kedua bagian tanda denotatif yang melandasi keberadaannya. Sesungguhnya, inilah sumbangan Barthes yang sangat berarti bagi penyempurnaan semiologi Saussure, yang berhenti pada penandaan dalam tataran denotatif.

Barthes membedakan dua macam itu karena ia akan mencari batasan antara pesan denotatif dan konotatif. Untuk menciptakan sebuah semiotika konotasi gambar, kedua pesan ini harus dibedakan terlebih dahulu karena sistem konotasi sebagai semiotik tingkat dua dibangun di atas sistem denotatif. Dalam gambar atau foto, pesan denotasi adalah pesan yang disampaikan secara keseluruhan dan pesan konotasi adalah

pesan yang dihasilkan oleh unsur-unsur gambar dalam foto. Sebagai contoh: secara denotatif, Babi adalah nama sejenis binatang, namun secara konotatif “babi” dapat diasosiasikan dengan hal lain, seperti: polisi yang korup, tentara yang kejam, dan lain sebagainya.

Denotasi merupakan tingkat makna lapisan pertama yang deskriptif dan literal serta dipahami oleh hampir semua anggota suatu kebudayaan tertentu tanpa harus melakukan penafsiran terhadap tanda denotatif tersebut, tanda disebut juga sebagai analogon. Pada tingkat makna lapisan kedua, yakni konotasi, makna tercipta dengan cara menghubungkan penanda-petanda dengan aspek kebudayaan yang lebih luas: keyakinan-keyakinan, sikap, kerangka kerja, dan ideologi-ideologi suatu formasi sosial tertentu.

Barthes menyebut realitas dalam foto yang kita alami sebagai *real unreality*. Disebut *unreality* karena apa yang dihadirkan sudah lewat (*temporal anteriority*), tidak pernah dapat memenuhi kategori *here-now*, sekarang disini; dan disebut *real* karena fotografi tidak menghadirkan ilusi melainkan *presence* secara spasial. Kategori ini merupakan pengalaman orang modern (yang hidup dalam *mass image*) akan realitas.

Foto berita menurut Barthes ialah meliputi pesan tanpa kode (*message without a code*) dan juga sekaligus pesan dengan kode (*message with a code*). Foto berita yang pada hakikatnya merupakan representasi sempurna atau analogon dari relitas yang sebenarnya (denotasi) ternyata sampai pada pembaca sudah dalam bentuk konotasi dan mitos. Barthes mengajukan sebuah hipotesis

bahwa dalam foto beritapun rupanya (*a strong probability*) terdapat konotasi. Akan tetapi konotasi ini tidak terdapat pada tahap pesan itu sendiri melainkan pada tahap proses produksi foto. Disamping itu, konotasi muncul karena foto berita akan dibaca oleh publik dengan kode mereka.

Dua hal inilah yang memungkinkan foto berita mempunyai konotasi atau mengandung kode. Pengertian kode (*code*) di dalam strukturalisme dan semiotik adalah sistem yang memungkinkan manusia untuk memandangi entitas-entitas tertentu sebagai tanda-tanda menjadi sesuatu yang dapat dimaknai. Umberto Eco menyebut kode sebagai aturan yang menjadi tanda tampilan yang konkrit dalam sistem komunikasi.

Dalam foto berita, Barthes tidak membicarakan pentingnya “kode” dalam membaca tulisan pada foto berita, dengan asumsi bahwa kita hanya membaca berita dalam bahasa yang sudah kita kuasai. Berkaitan dengan foto berita, Barthes masih memperhatikan hubungan antara posisi teks dan kaitannya dengan signification yang dihasilkan.

Seperti kita maklumi, sebuah foto berita dijelaskan oleh berbagai teks, ada yang berupa caption, headline, artikel atau gabungan dari ketiganya. Adapun arti dari caption ialah mengulangi saja denotasi, oleh karena itu kurang menghasilkan efek konotatif bila dibandingkan dengan teks dalam headline atau artikel.

Menurutnya foto berita umumnya bersifat not arbitrary, unmotivated, dokumenter (historis) dan tujuan utamanya untuk membuktikan

sesuatu fakta atau kenyataan kepada publik, sehingga aspek verisme (gambaran sepersis mungkin) tanpa rekayasa maupun manipulasi subjek maupun peristiwa menjadi sangat penting. Sedangkan caption atau keterangan foto hanya berfungsi sebatas sebagai penambat (*anchorage*) dan pemancar (relay) belaka.¹⁸

Barthes mengajukan tiga tahapan dalam membaca foto yang bersifat konseptual/diskursif, yaitu: perseptif, konotasi kognitif, dan etis-ideologis.¹⁹

1. Tahap Perseptif adalah tahap transformasi gambar ke kategori verbal atau verbalisasi gambar yang bersifat imajinatif.

2. Tahap Konotasi Kognitif adalah tahap pengumpulan dan upaya menghubungkan unsur-unsur “historis” dari analogon (denotasi) ke dalam imajinasi paradigmatis. Dengan demikian pengetahuan kultural sangat menentukan.

3. Tahap Etis-Ideologis adalah tahap pengumpulan berbagai penanda yang siap “dikalimatkan” sehingga motifnya dapat ditentukan.

Dengan demikian objektivitas pesan foto dapat diamati dan diukur. Foto ibarat kata kerja tanpa kata dasar (*infinity*). Barthes menyebutkan enam prosedur atau kemungkinan untuk mempengaruhi gambar sebagai analogon. Analogon yaitu apa yang dihasilkan

¹⁸ Melisa Septiana Mayo. 2009. *Teori Semiotik Foto Menurut Roland Barthes*. Diakses dari <http://melisamayo.blogspot.co.id/2009/12/teori-semiotik-konotasi-foto-menurut.html> pada tanggal 23 November 2017 pada pukul 12.00 WIB.

¹⁹ Sri Iswidayati. *Roland Barthes dan Mitologi*, diakses dari <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=136265&val=5660&title=ROLAND%20BARTHES%20DAN%20MITHOLOGI>, pada tanggal 19 November 2017 pukul 11.30 WIB.

dalam menulis dengan bahasa gambar, menulis dengan bahasa foto berarti sebuah kegiatan intervensi pada tingkat kode.

Menurut Barthes, citra pesan ikonik/iconic message (yang dapat kita lihat, baik berupa adegan/scene, lanskap, atau realitas harfiah yang terekam) dapat dibedakan lagi dalam dua tataran, yaitu:

1. Pesan harfiah/pesan ikonik tak berkode (non-coded iconic message), sebagai sebuah analogon yang berada pada tataran denotasi citra yang berfungsi menaturalkan pesan simbolik.
2. Pesan simbolik/pesan ikonik berkode (coded iconic message), sebagai analogon yang berada pada tataran konotasi yang keberadaannya didasarkan atas kode budaya tertentu atau familiaritas terhadap stereotip tertentu. Pada tataran ini, Barthes mengemukakan enam prosedur konotasi citra –khususnya menyangkut fotografi untuk membangkitkan konotasi dalam proses produksi foto menurut Roland Barthes.

Prosedur-prosedur tersebut terbagi dalam dua bagian besar, yaitu konotasi yang diproduksi melalui modifikasi atau intervensi langsung terhadap realita itu sendiri (Trick Effect, Pose dan Objects) dan konotasi yang diproduksi melalui wilayah estetis foto (Photogenia, Aestheticism dan Syntax), yaitu:

1. *Trick Effect* ialah manipulasi gambar secara artifisial.
2. *Pose* ialah posisi, ekspresi, sikap dan gaya subjek foto.

3. *Object* ialah penentuan point of interest gambar/ foto.
4. *Photogenia* ialah teknik pemotretan dalam pengambilan gambar (misalnya: *lighting, exposure, blurring, panning, angle* dan lainnya).
5. *Aestheticism* yaitu format gambar atau estetika komposisi gambar secara keseluruhan dan dapat menimbulkan makna konotasi.
6. *Sintaksis* yaitu rangkaian cerita dari isi foto/ gambar, yang biasanya berada pada caption dalam foto berita dan dapat membatasi serta menimbulkan makna konotasi.²⁰

Fungsi caption ialah: Fungsi Penambat/ Pembatasan (anchorage) agar pokok pikiran dari pesan dapat dibatasi sesuai dengan maksud penyampaiannya.

Fungsi Pemancar/ Percepatan (relay) agar langsung dipahami maksud dari pesan yang disampaikan.

Dengan demikian dapat disimpulkan denotasi ialah apa yang difoto yang memunculkan pertanyaan 'ini foto apa', sedangkan konotasi adalah bagaimana ini bisa difoto? atau menitikberatkan pertanyaan 'mengapa fotonya ditampilkan dengan cara seperti itu? Atau dengan kata lain, denotasi adalah apa yang digambarkan tanda terhadap objek, sedangkan konotasi adalah bagaimana menggambarkannya.

d. Esensi dan Etika Komunikasi Islam

Esensi (hakikat) komunikasi Islam adalah mengajak manusia kepada jalan dakwah yang lebih menekankan kepada nilai-nilai agama dan sosial budaya, yakni

²⁰ Susan Sontag. 1982. *A Barthers Reader*. New York: Hill&Wang. hlm 200-203.

dengan menggunakan prinsip dan kaedah yang terdapat dalam Alquran dan Hadis.²¹

Abdul Karim Batubara menegaskan prinsip tersebut bukan hanya sekedar penyampaian pesan dan terjadinya perubahan perilaku komunikasi, namun terjalinnya jaringan interaksi sosial yang harmoni dan berasas normatif. Prinsip inilah yang membedakan konsep komunikasi perspektif Islam dengan komunikasi dalam perspektif Barat yang terkesan lebih bersifat culture bound dan banyak terlepas dari unsur normatif. Prinsip penerapan komunikasi Islam dikemukakan pada ayat-ayat Al-Quran sebagaimana dibawah ini:

1. *'Serulah manusia kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik pula.'* (QS. 16:125).
2. *"... dan berkatalah kamu kepada semua manusia dengan cara yang baik"* (QS. 2:8).
3. *"Perkataan yang baik dan pemberian maaf lebih baik daripada sedekah yang diiringi dengan sesuatu yang menyakitkan perasaan."* (Qs. 61:2-3).
4. *"Hai orang-orang yang beriman, mengapa kamu mengatakan apa yang tidak kamu lakukan? Amat besar murka Allah, apabila kamu mengatakan apa-apa yang tidak kamu lakukan"* (QS: 61: 2-3).
5. *"Dan hamba-hamba yang baik dari Tuhan yang Maha Penyayang itu (ialah) orang-orang*

²¹ Ghani, Zulkifli Abdul. 2008. *Islam, Komunikasi dan Teknologi Maklumat*. Dalam Muhamad Husni Ritonga,

Eksistensi Ilmu Komunikasi Islam. Bandung: Citapustaka, hlm. 99.

yang berjalan di muka bumi dengan rendah hati dan apabila orang-orang jahat.

6. *"Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang-orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal shaleh dan berkata: 'Sesungguhnya aku termasuk orang-orang yang berserah diri'"* (QS. 41:33).
7. *"Sekiranya kamu bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitilingmu."* (QS. 3: 159).

Ayat-ayat di atas memberikan penegasan tentang esensi dan prinsip komunikasi Islam sampai kepada tahap pelaksanaannya. Ada tiga unsur yang terlibat dalam proses komunikasi yaitu komunikator, komunikan dan pesan. Komunikator sebagai pemeran utama untuk menyampaikan setiap pesan kepada komunikan.

Dalam perspektif komunikasi Islam, proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan harus disampaikan secara jujur dan sesuai dengan prinsip-prinsip yang terkandung dalam nilai-nilai Alquran dan Sunah, karena yang demikian dianggap bahagian dari ibadah. Maka dalam penerapannya prinsip komunikasi Islam berlangsung antara manusia sekaligus dengan Tuhannya. Inilah yang menjadi landasan pokok komunikasi Islam.²²

Dengan demikian, ada dua hal yang perlu diperhatikan sebagai perbedaan paling mendasar antara komunikasi perspektif Islam dan komunikasi perspektif Barat, yakni, Pertama, komunikasi Barat bersifat individualistik dan bebas nilai dan

²² Abdul Karim Batubara. 2013. *Studi Media dalam Perspektif Islam*. Surabaya: Conference Proceedings.

ternyata secara realitas tidak mampu membangun sistem sosial kemasyarakatan yang harmonis. Kedua, Komunikasi Islam diyakini memiliki konsepsi aplikasi tentang bagaimana tata hidup yang harmonis dan pesan yang disampaikan mengandung unsur yang mengarahkan manusia kepada kemaslahatan dunia dan akhirat. Nilai inilah yang dianggap sebagai salah satu kekhasan studi Komunikasi Islam, sehingga menjadi bagian dari studi keislaman. Maka dengan demikian, dalam perspektif Islam, teori komunikasi itu harus sesuai dengan budaya dan agama.

Etika Komunikasi Islam

Hamid Mowlana menilai persoalan pengendalian media yang mengutamakan keuntungan, menjadi persoalan besar yang dibincangkan oleh intelektual dan individu dalam masyarakat Islam. Pemikiran tentang etika dalam masyarakat Islam berbeda dengan padangan Barat. Jika Barat melihat soal etika terletak dalam lingkungan individu, Islam memandang etika sebagai milik masyarakat yang mesti dipertanggungjawabkan secara bersama. Oleh karena itu proses komunikasi perlu digerakkan dalam lingkungan etika agar kesan buruknya terkawal.²³

Dalam konteks komunikasi di masyarakat, ada dua kata yang dirasa perlu untuk dibicarakan di sini, yaitu etika. Kata etika diartikan sebagai: (1) himpunan asas-asas nilai atau moral.(2)

²³ Zulkiple Abd. Gani. 2003. *Islam, Komunikasi dan Teknologi Maklumat*. Kuala Lumpur: Utusan Publication & Distributors Sdn Bhd. hlm

kumpulan asas/nilai yang berkenaan dengan akhlak, (3) nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat (4) norma, nilai, kaidah, atau ukuran tingkah laku yang baik.²⁴

Etika, meski menyangkut persoalan tata susila, tetapi ia tidak membuat seseorang menjadi baik. Etika hanya menunjukkan baik buruknya perbuatan seseorang. Di sini etika hanya berfungsi sebagai pedoman, yaitu turut mempengaruhi seseorang untuk berperilaku baik, melakukan kewajiban sebagaimana mestinya dan menjauhi larangan sebagaimana mestinya.²⁵

Abdul Karim Batubara menilai ketika etika dikaitkan dengan komunikasi, maka etika itu menjadi dasar pijakan dalam berkomunikasi antar individu atau kelompok. Etika memberikan landasan moral dalam membangun tata susila terhadap semua sikap dan perilaku individu atau kelompok dalam komunikasi. Dengan demikian, tanpa etika komunikasi itu dinilai tidak etis. Berdasarkan pengertian yang dikemukakan di atas, dapat disimpulkan bahwa etika komunikasi adalah tata cara berkomunikasi yang sesuai dengan standar nilai moral atau akhlak dalam menilai benar atau salah perilaku individu atau kelompok.

Etika-etika komunikasi Islam adalah *qaulan sadidan* (QS. 4:9; 33:70), *qaulan balighan* (QS.4:63), *qaulan masyuran* (QS. 17:28), *qaulan layyinan*

²⁴ Onong Uchjana Effendi. 2000. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya. hlm 64.

²⁵ Wursanto, 1991. *Etika Komunikasi Kantor*. Yogyakarta: Kanisius, hlm 27.

(QS. 20:44), *qaulan kariman* (QS. 17:23) *qaulan ma'rufan* (QS. 4:5).

a) Prinsip Qaulan Sadidan

Kata "*qaulan sadidan*" disebut dua kali dalam Alquran. *Pertama*, Allah menyuruh manusia menyampaikan qaulan sadidan dalam urusan anak yatim dan keturunan: "*Dan hendaklah orang-orang takut kalau-kalau dibelakang hari, mereka meninggalkan keturunan yang lemah yang mereka kuatirkan (kesejahteraannya). Hendaklah mereka bertaqwa kepada Allah dan berkata dengan qaulan sadidan*" (Qs An-Nisa':9).

Kedua, Allah memerintahkan qaulan sadidan sesudah taqwa: "Hai orang-orang yang beriman, bertaqwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah *qaulan sadidan*. Nanti Allah akan memperbaiki amal-amal kamu, mengampuni dosa kamu. Siapa yang taat kepada Allah dan Rasul-Nya ia mencapai keberuntungan yang besar."

Apa arti qaulan sadidan? *Qaulan sadidan* artinya pembicaraan yang benar, jujur (Picthall menerjemahkannya "*straight to the point*"), lurus, tidak bohong, tidak berbelit-belit. Prinsip komunikasi yang pertama menurut Alquran adalah berkata yang benar. Ada beberapa makna dari pengertian yang benar. Sesuai dengan Kriteria Kebenaran Arti pertama benar ialah sesuai dengan kriteria kebenaran. Buat orang Islam, ucapan yang benar tentu ucapan yang sesuai dengan Alquran, Al-Sunnah, dan Ilmu.

Alquran menyindir keras orang-orang yang berdiskusi tanpa merujuk pada al-Kitab, petunjuk, dan ilmu: Tidakkah kamu perhatikan

sesungguhnya Allah telah menundukkan untuk (kepentingan) mu apa yang di langit dan apa yang di bumi dan menyempurnakan untukmu nikmat-Nya lahir dan batin. dan di antara manusia ada yang membantah tentang (keesaan) Allah tanpa ilmu pengetahuan atau petunjuk dan tanpa Kitab yang memberi penerangan. (QS. Luqman, 20).

Arti kedua dari qaulan sadidan adalah ucapan yang jujur, tidak bohong. Nabi Muhammad SAW bersabda, "Jauhi dusta karena dusta membawa kamu pada dosa, dan dosa membawa kamu pada neraka. Lazimkanlah berkata jujur, karena jujur membawa kamu pada kebajikan, membawa kamu pada surga.

b). Prinsip Qaulan Balighan

"*Berkatalah pada mereka tentang diri mereka dengan qaulan balighan*" (QS. An-Nisa, 63). Kata "baligh" dalam bahasa Arab artinya sampai, mengenai sasaran atau mencapai tujuan.

Apabila dikaitkan dengan *qaul* (ucapan atau komunikasi), "*baligh*" berarti fasih, jelas maknanya, terang, tepat mengungkapkan apa yang dikehendaki. Oleh karena itu, prinsip qaulan balighan dapat diterjemahkan sebagai prinsip komunikasi yang efektif. Al-Quran memerintahkan kita berbicara yang efektif. Semua perintah jatuhnya wajib, selama tidak ada keterangan lain yang memperingan. Begitu bunyi kaidah yang dirumuskan *Ushul Fiqh*. Dari sisi yang lain, Alquran melarang kita melakukan komunikasi yang tidak efektif. Keterangan lain memperkuat kesimpulan ini. Nabi Muhammad SAW berkata: Katakanlah dengan baik. Bila tidak mampu, diamlah.

Rasulullah sendiri memberi contoh dengan khotbah-khotbahnya. Umumnya khotbah Rasulullah pendek, tapi dengan kata-kata yang padat makna. Nabi Muhammad menyebutnya "*jawami al-qalam*". Ia berbicara dengan wajah yang serius dan memilih kata-kata yang sedapat mungkin menyentuh hati para pendengarnya. Irbadh bin Sariyah, salah seorang sahabatnya, bercerita, "Suatu hari Nabi menyampaikan nasihat kepada kami. Bergetar hati kami dan berlinang air mata kami. Seorang di antara kami berkata Ya Rasulullah, seakan-akan baru kami dengar khotbah perpisahan. Tambahlah kami wasiat". Tidak jarang di sela-sela khotbahnya, Nabi berhenti – untuk bertanya kepada yang hadir atau memberi kesempatan kepada yang hadir untuk bertanya. Dengan segala otoritasnya, Nabi adalah orang yang senang membuka dialog.

c). *Qawlan Masyura*

Dalam komunikasi, baik lisan maupun tulisan, dianjurkan untuk mempergunakan bahasa yang mudah, ringkas, dan tepat sehingga mudah dicerna dan dimengerti. Dalam Al-Qur'an ditemukan istilah *qawlan maisura* yang merupakan salah satu tuntunan untuk melakukan komunikasi dengan mempergunakan bahasa yang mudah dimengerti dan melegakan perasaan. Misalnya, dalam surah Al-Israa: "Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, Maka Katakanlah kepada mereka Ucapan yang pantas" (QS, Al-Israa':28).

Maisura seperti yang terlihat pada ayat di atas sebenarnya berakar pada kata yasara, yang secara etimologi berarti mudah atau pantas. Sedangkan

Qawlan Maisura, menurut Jalaluddin Rakhmat, sebenarnya lebih tepat diartikan "ucapan yang menyenangkan," lawannya adalah ucapan yang menyulitkan. Bila qawlan ma'rufa berisi petunjuk via perkataan yang baik, qawlan maisura berisi hal-hal yang menggembirakan via perkataan yang mudah dan pantas.

d) *Qawlan Layyina*

Komunikasi yang tidak mendapat sambutan yang baik dari orang lain adalah komunikasi yang dibarengi dengan sikap dan perilaku yang menakutkan dan dengan nada bicara yang tinggi dan emosional. Cara berkomunikasi seperti ini selain kurang menghargai orang lain, juga tidak etis dalam pandangan agama. Dalam perspektif komunikasi, komunikasi yang demikian, selain tidak komunikatif, juga membuat komunikan mengambil jarak disebabkan adanya perasaan takut di dalam dirinya. Islam mengajarkan agar menggunakan komunikasi yang lemah lembut kepada siapa pun. Dalam lingkungan apapun, komunikator sebaiknya berkomunikasi pada komunikan dengan cara lemah lembut, jauh dari pemaksaan dan permusuhan.

Dengan menggunakan komunikasi yang lemah lembut, selain ada perasaan bersahabat yang menyusup ke dalam hati komunikan, ia juga berusaha menjadi pendengar yang baik. Perintah menggunakan perkataan yang lemah lembut ini terdapat dalam AlQur'an: "Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut". (Thaahaa:44).

e) *Qawlan Karima*

Komunikasi yang baik tidak dinilai dari tinggi rendahnya jabatan atau pangkat seseorang, tetapi ia dinilai dari perkataan seseorang. Cukup banyak orang yang gagal berkomunikasi dengan baik kepada orang lain disebabkan mempergunakan perkataan yang keliru dan berpotensi merendahkan orang lain.

Permasalahan perkataan tidak bisa dianggap ringan dalam komunikasi. Karena salah perkataan berimplikasi terhadap kualitas komunikasi dan pada gilirannya mempengaruhi kualitas hubungan sosial. Bahkan karena salah perkataan hubungan sosial itu putus sama sekali. Islam mengajarkan agar mempergunakan perkataan yang mulia dalam berkomunikasi kepada siapa pun. Perkataan yang mulia ini seperti terdapat dalam ayat Al-Qur'an:

“Dan Tuhanmu Telah memerintahkan supaya kamu jangan menyembah selain dia dan hendaklah kamu berbuat baik pada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang di antara keduanya atau kedua-duanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, Maka sekali-kali janganlah kamu mengatakan kepada keduanya perkataan "ah" dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang mulia”. (Qs. Al-Israa:23).

Dalam ayat ini, Allah tidak hanya mengingatkan ajaran tauhid untuk mengesahkan Allah agar manusia tidak terjerumus ke dunia kemusyirakan, melainkan juga kepada anak agar selalu berbakti kepada orang tua.

f) *Qawlan Ma'rufa*

Qawlan ma'rufa dapat diterjemahkan dengan ungkapan yang pantas. Kata *ma'rufa* berbentuk isim *ma'ul* yang berasal dari *madhinya*, 'arafa. Salah satu pengertian *ma'rufa* secara etimologis adalah *al-khair* atau *al-ihsan*, yang berarti yang baik-baik. Jadi *qawlan ma'rufa* mengandung pengertian perkataan atau ungkapan yang baik dan pantas. Dalam Al-Qur'an ungkapan *qawlan ma'rufa* ditemukan dalam surah Al-Baqarah ayat 263:

”Perkataan yang baik dan pemberian maaf lebih baik dari sedekah yang diiringi dengan sesuatu yang menyakitkan (perasaan si penerima). Allah Maha Kaya lagi Maha Penyantun.

Dalam ayat ini Allah memperingatkan bahwa perkataan yang baik dan pantas dan pemberian maaf lebih baik daripada pemberian sedekah yang diiringi dengan perkataan yang menyakitkan hati penerima.²⁶

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Seperti pendapat yang dikemukakan Bog dan Taylor (1975) yang menyatakan “metode kualitatif” sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata lisan maupun tertulis dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Sehingga dengan kata lain, penelitian ini disebut penelitian kualitatif karena merupakan penelitian yang tidak mengadakan perhitungan. Penelitian kualitatif harus mempertimbangkan

²⁶ Opcit, hlm 2809-2813.

metodologi kualitatif itu sendiri.²⁷ Penelitian deskriptif kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menjelaskan dan menggambarkan data-data secara sistematis, jelas, faktual serta dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

Penelitian ini bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Peneliti berusaha untuk melakukan pendeskripsian fakta-fakta gambar Setya Novanto. Metode deskriptif menurut Isaac dan Michael, bertujuan memaparkan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara factual dan cermat.²⁸

a. Subjek dan Objek Penelitian

Menurut Muhammad Idrus²⁹ subjek penelitian merupakan benda atau organisme, yang dijadikan sumber informasi dalam pengumpulan data penelitian. Sementara objek penelitian adalah istilah-istilah untuk menjawab apa yang sebenarnya hendak diteliti dalam sebuah penelitian.

Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah akun Instagram detik.com. Adapun objeknya adalah gambar maupun caption berita yang berhubungan dengan penetapan Setya Novanto sebagai tersangka untuk

²⁷ Lexy J Moeloeng.2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya. hlm

²⁸ Jalaluddin Rakhmat.2007. *Metode Penelitian Komunikasi, cet ke 13*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. hlm 22

²⁹ Muhammad Idrus. 2007. *Metode Penelitian Ilmu-ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta : UII Press. hlm 120.

kedua kalinya dalam kasus korupsi KTP Elektronik.

b. Sumber Data

Ada beberapa macam sumber data dalam penelitian ini yang terhimpun dalam Teknik pengumpulan data. Teknik pengumpulan data sendiri dapat digolongkan menurut asal sumbernya ada dua:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek yang akan diteliti; data primer dalam penelitian ini data gambar berupa foto atau gambar pada akun Instagram detik.com. Adapun objeknya adalah yang berkaitan dengan penetapan Setya Novanto sebagai tersangka dalam kasus

korupsi KTP Elektronik. Gambar-gambar itu berjudul sebagai berikut:

1. KPK Kembali Tetapkan Novanto Jadi Tersangka Kasus E-KTP
2. Makna Tatapan Megawati Pada Novanto
3. Papah Selalu Khusus
4. Akrobat Politik Novanto Hindari KPK
5. Setya Novanto Kecelakaan
6. Setya Novanto Dipindah ke RSCM

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari lembaga, buku, Al-Qur'an, dan lain-lain. Adapun data sekunder dalam penelitian ini adalah buku-buku komunikasi, khususnya buku semiotika dan media sosial serta jurnal atau penelitian yang relevan.

c. Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan beberapa teknik untuk menganalisis data, yang pertama adalah dengan melakukan seleksi, dimana peneliti memilih data sesuai periode waktu yang telah ditetapkan. Selanjutnya, data yang telah terkumpul kemudian dianalisa dengan menggunakan teknik analisis semiotika Roland Barthes, untuk mengetahui makna-makna denotatif dan konotatif, pada konten akun Instagram detik.com, dan menghubungkannya dengan etika komunikasi dalam perspektif ke-Islaman.

HASIL PENELITIAN

Dari pengamatan terhadap data primer maka diperoleh hasil sebagai berikut:

A. Semiotika Gambar Setya Novanto

KPK Kembali Tetapkan Novanto Jadi Tersangka Kasus E-KTP

Pada foto ini menampilkan Setya Novanto menjadi saksi dalam persidangan e-KTP yang diambil dari foto situs berita Antara. Dalam foto ini detik.com menampilkan foto Setya yang sedang berjalan di ruang sidang. Foto ini diunggah pada tanggal 6 November 2017 dan mendapatkan like atau suka dari follower detik.com sebanyak 6.518 orang, dan dikomentari lebih kurang 414 orang. Foto ini masih berkaitan dengan perkara KTP Elektronik dimana Novanto sempat menjadi saksi dalam kasus itu. Secara konotasi foto ini menggambarkan bahwa ada keterkaitan antara Novanto

dengan kasus tersebut. Keterkaitan itu semakin dipertegas dengan caption foto yang dilabeli dengan Breaking News detik.com menyatakan sebagai berikut:

“KPK Kembali menetapkan Ketua DPR Setya Novanto menjadi tersangka kasus e-KTP. Penetapan ini terkonfirmasi dalam surat pemberitahuan dimulainya penyidikan (SPDP) yang beredar di kalangan wartawan. KPK memulai penyidikan atas nama tersangka Setya Novanto per 31 Oktober.”

Pada caption yang dituliskan di ruang komentar detik.com, memuat pernyataan pengacara Setya Novanto, Fredrich Yunadi yang mengaku belum mengetahui penetapan Novanto sebagai tersangka untuk yang kedua kalinya itu dalam kasus e-KTP. Hal ini seolah menginformasikan bahwa pihak Setya Novanto belum mengetahui penetapan tersangka untuk yang kedua kalinya ini. Di satu sisi caption ini menginformasikan bahwa belum ada pemberitahuan resmi dari KPK kepada pihak tersangka, namun di sisi lain bisa saja ini siasat kuasa hukum Novanto untuk mengelak dari pertanyaan wartawan tentang jalan apa yang akan mereka tempuh untuk membela kliennya.

Makna Tatapan Megawati Pada Novanto

Dalam foto ini detik.com menampilkan foto Setya yang sedang berbincang dengan Megawati Soekarnoputri saat menghadiri pernikahan putri Preside Jokowi Kahiyang dengan Bobby Nasution di Gedung Graha Saba Buana, Solo, Rabu 8

November 2017. Ada tujuh foto yang ditampilkan dalam unggahan detik.com ini. Foto ini diunggah pada tanggal 8 November 2017 dan mendapatkan like atau suka dari follower detik.com sebanyak 2.303 orang, dan dikomentari lebih kurang 114 orang.

Foto ini berkaitan dengan kehadiran Novanto dalam pernikahan putri Presiden Jokowi dimana dalam acara tersebut Novanto bersua dengan Megawati. Dari tujuh foto yang ditampilkan sebenarnya hanya satu foto yang dapat menggambarkan Megawati menatap Novanto sedangkan foto yang lain adalah saat Novanto tertawa, menunduk seperti memberi hormat, sementara Megawati menoleh ke tempat lain saat menunggu mobil datang menjemput. Juga ada foto dimana Novanto mendahului Megawati karenanya mobilnya lebih dulu sampai di lokasi penjemputan.

Caption foto ini adalah sebagai berikut: Ketua DPR Setya Novanto tampak terlihat berinteraksi dengan Megawati usai menghadiri pernikahan Kahiyang-Bobby. Begini kira-kira potret kebersamaan Setya Novanto bersama Megawati Soekarnoputri usai acara di Gedung Graha Saba Buana, Solo, Rabu (8/11/2017).

Dari pengamatan foto dan caption terdapat kesesuaian satu sama lain dimana memang terlihat ada interaksi antara Novanto dan Megawati. Namun demikian sikap Megawati sangat dingin bahkan cenderung sinis memandang Novanto meskipun Novanto tertangkap kamera tertawa di dekat Megawati. Hal ini mengindikasikan bahwa Novanto kurang disukai oleh Megawati. Namun demikian di kolom

komentar para pengikut detik.com menilai bahwa Megawati sedang memberikan peringatan kepada Novanto seperti komentar yang ditulis oleh akun harisericksetyawan: "Awas klo kebongkar tak keplak ndasmu" ada juga komentar andyhusein: "Sudah sehat dan Ngga sakit lagi yaa😊😊" atau Amarabitt: "Awas, jangan bikin gosip murahan." Namun ada juga yang memberikan semangat seperti djonimuljanto: "Bapak Setnov jangan marah atas komentar rakyat mu yg pedas jangan Bpk tuntutan mereka mungkin itu sbg kritik.karakter pemimpin akan muncul bila udah diuji rakyat.smangat."

Papah Selalu Khusyuk

Dalam foto ini detik.com menampilkan gambar Setya Novanto yang sudah diedit sedemikian rupa seperti gambar kartun memakai masker dan stelan jas terlihat seperti orang yang sedang berzikir dengan mata dan mulut tertutup, kepalanya kadang menunduk seperti orang mengantuk berat.

Foto ini diunggah tanggal 10 November 2017 dan mendapatkan like atau suka dari pengikut netizen sebanyak 3.250, serta komentar sebanyak 233 komentar. Ada dua gambar yang dilampirkan detik.com, yakni gambar kartun bergerak atau video Novanto yang sedang tertidur saat menghadiri pernikahan putri Presiden Jokowi, Kahiyang dengan Bobby Nasution di Solo, serta sebuah ilustrasi gambar yang bertuliskan gitu yaa. Pada caption di kolom komentar detik.com, seolah mengundang netizen untuk diam dan jangan berisik karena ada orang yang lagi khusyuk dan tidak ingin ada yang mengganggu.

Gambar ini mengkonotasikan bahwa Novanto adalah seorang pejabat yang suka tidur, atau juga menggambarkan bahwa Novanto saat itu sedang kelelahan. Namun pemakaian kalimat Papah Sedang Khusyuk untuk caption gambar ini juga mengindikasikan bahwa Novanto adalah kalangan elit Indonesia yang bebas tidur dimana saja yang dia suka, sehingga dia tidak boleh diganggu oleh siapapun, karena baginya tidur itu seperti zikir yang khusyuk sehingga butuh ketenangan dan tidak boleh diganggu.

Akrobat Politik Novanto Hindari KPK

Foto ini sebenarnya adalah sebuah info grafis tentang perkembangan kasus yang membelit Setya Novanto. Foto depan atau foto pertama yang ditampilkan adalah kartun Novanto yang berpakaian dengan stelan jas lengkap dengan dasi kuning dililit oleh tali namun dia berusaha terbang dengan tikar terbang yang bergambar dirinya untuk menghindari tali yang melilit tubuhnya itu. Diakhir lampiran gambar yang diupload detik.com pada tanggal 16 November 2017 ini terdapat statemen dari Presiden Jokowi dan Wakil Presiden Jusuf Kalla. Statemen keduanya mengindikasikan bahwa mereka tidak berkenan untuk memberikan perlindungan hukum bagi Novanto. Presiden Jokowi mengatakan, “Buka undang-undangnya, aturan mainnya seperti apa, disitulah diikuti.” Sementara Wakil Presiden Jusuf Kalla mengatakan, “Harus taat hukumlah, jangan mengadangada saja.” Foto ini direspon oleh netizen dengan memberikan like atau

suka sebanyak 2.942 like dan komentar sebanyak 155 komentar.

Caption foto ini adalah sebagai berikut:

“Selalu mangkir dari panggilan KPK. Setelah sakit, kali ini Setya Novanto menerapkan hak imunitas dan mempersoalkan izin Presiden sebagai dalih hindari pemeriksaan KPK. Tadi malam, sejumlah petugas KPK medatangi rumah Setya Novanto di Jalan Wijaya XIII untuk melakukan pengeledahan dan penjemputan pakasa. Tapi apa yang terjadi? Novanto ternyata 'menghilang'. Dia meninggalkan rumah karena dijemput tamu misterius sebelum tim KPK datang. Pengurus Golkar hingga pengacara dan keluarga Novanto mengaku tidak tahu keberadaannya. KPK meminta agar Novanto menyerahkan diri. Akankah Novanto mengikuti imbauan itu, atau ada manuver lainnya lagi?”

Di akhir caption detik.com menuliskan tanda pagar atau tagar #detikcom #detikdotcom #SetyaNovanto #KPKRI #korupsi #ektp #megakorupsi #setnov #indonesiamencaripapah.

Dari foto dan caption yang dimunculkan dapat dipahami bahwa Setya Novanto sedang mencari jalan agar bisa menghindar dari jerat hukum KPK. Dia beralasan sebagai Ketua DPR dia punya hak imunitas sehingga harus ada izin Presiden untuk memeriksanya sebagai seorang tersangka. Pada gambar ilustrasi detik.com juga memuat statemen Presiden Jokowi dan Wakil Presiden Jusuf Kalla yang intinya meminta Novanto untuk taat hukum, artinya jika sudah menjadi tersangka sebaiknya kooperatif dengan aparat

penegak hukum sehingga tidak menimbulkan kegaduhan.

Foto dan caption ini menimbulkan konotasi yang sangat tidak baik bagi seorang Setya Novanto. Dia tidak hanya dinilai sebagai seorang koruptor, tetapi juga dinilai sebagai orang yang tidak mau bertanggung jawab atas apa yang sudah diperbuatnya. Hal ini semakin diperkuat dengan tampilan gambar pertama dimana dia yang sudah dililit tali yang mengindikasikan sudah tersangka dalam kasus tindak pidana korupsi masih berupaya untuk lepas dari tanggung jawab dengan coba melarikan diri dengan tikar yang bisa terbang. Tikar terbang seolah ingin menunjukkan bagaimana superioritas yang dimilikinya, bahwa dia punya jaringan yang kuat yang bisa membantunya untuk lepas dari jerat hukum.

Setya Novanto Kecelakaan

Foto yang ditampilkan oleh detik.com adalah foto mobil Novanto yang menabrak tiang listrik sehingga mengakibatkan mobil mengalami kerusakan dan Setya Novanto mengalami kecelakaan dalam peristiwa itu. Pada bagian foto terdapat caption Breaking Detik News berdasarkan pantauan di lokasi, tiang listrik yang ditabrak oleh mobil Novanto ada di sisi kanan. Kerusakan mobil pada bagian kap mobil penyok, roda depan pelek pecah dan rusak, kaca samping kiri bagian tengah pecah. Saat kecelakaan, mobil Setya Novanto disopiri oleh seorang wartawan bernama Hilman Matauch.

Caption foto tersebut yang dimuat detik.com di layar komentar adalah sebagai berikut:

“Polisi menyebut ada 3 orang di dalam mobil itu yaitu Hilman Matauch (pengemudi), seorang pria bernama Reza, dan Setya Novanto. Posisi duduk Reza berada di depan di samping pengemudi, sedangkan Novanto berada di jok tengah sisi kiri.

Belum diketahui bagaimana sisi kiri mobil termasuk kaca bisa pecah, mengingat mobil naik ke trotoar dan menabrak tiang di sebelah kanan. Deskripsi mengenai kecelakaan di atas baru sebatas dari wawancara saksi mata dan kondisi kendaraan pasca kecelakaan. Untuk mendapatkan kronologi pasti kejadian yang sebenarnya, tim Ditlantas menggelar olah TKP kecelakaan Setya Novanto.”

Foto ini memberikan konotasi bahwa Setya Novanto masih berupaya untuk berkelit dari jeratan kasus yang membelitnya. Meski ada foto dan caption yang menggambarkan peristiwa kecelakaan, namun konotasi yang muncul dari gambar dan caption ternyata tidak mengubah persepsi publik bahwa ini hanyalah sandiwara. Artinya banyak pihak yang meragukan peristiwa itu benar-benar terjadi. Dalam caption juga mengindikasikan bagaimana keraguan muncul karena mobil menabrak tiang di sebelah kanan namun kaca sebelah kiri yang pecah.

Setya Novanto Dipindah ke RSCM

Foto yang ditampilkan oleh detik.com adalah foto Setya Novanto yang sudah memakai penutup kepala seperti perban, memakai selimut, tidak sadarkan diri dan dikerumuni banyak orang saat akan dipindahkan dari RS Medika Permata Hijau ke RS Cipto

Mangunkusumo (RSCM) Kencana, Jakarta Pusat. Foto ini ditampilkan detik.com pada tanggal 18 November 2017. Foto ini mendapatkan 5.946 like dari netizen dan 2.323 orang yang memberikan komentar pada foto ini.

Caption foto ini menggambarkan proses pemindahan Novanto dari Rumah Sakit Permata Hijau ke Rumah Sakit Cipto Mangunkusumo Jakarta.

“Tersangka kasus korupsi E-KTP, Setya Novanto dipindahkan dari RS Medika Permata Hijau ke RS Cipto Mangunkusumo (RSCM) Kencana, Jakarta Pusat. Setya Novanto dibawa keluar dari RS Medika Permata Hijau, Jakarta, Jumat (17/11/2017) pukul 12.42 WIB. Dia keluar dari kamar perawatan di lantai 3 rumah sakit dengan pengawasan ketat polisi. Menurut pengacara Fredrich, Novanto dipindahkan ke RSCM Kencana atas rujukan dokter yang merawatnya, yakni Dr dr H Bimanesh Sutarjo, SpPD, KGH, FINASIM, dokter spesialis penyakit dalam serta konsultan ginjal dan hipertensi di RS Medika Permata Hijau. Saat dipindah ke RSCM tubuh Novanto diselimuti hingga ke leher. Sementara itu, dahinya dibalut kain.”/

Foto ini memberikan konotasi bagaimana menderitanya seorang tersangka korupsi, yang meski sedang mengalami sakit tetapi senantiasa diburu banyak orang termasuk para wartawan yang ingin membuktikan apakah Setya Novanto benar-benar sakit parah atau ini hanya sebuah rekayasa.

Foto ini juga memberikan konotasi bahwa Novanto masih berupaya untuk berkelit dari jeratan kasus yang membelitnya. Meski ada foto dan caption yang menggambarkan

peristiwa Novanto yang tidak sadarkan diri saat dipindah, namun konotasi yang muncul dari gambar dan caption ternyata tidak mengubah persepsi publik bahwa ini hanyalah sandiwara. Bahkan banyak yang berkomentar miring atas pemindahan itu, ada juga netizen yang mendoakan Novanto cepat meninggal dunia sehingga tidak menimbulkan kegaduhan bagi banyak orang.

2. Etika Komunikasi Islam pada Gambar Setya Novanto

Dalam analisis ini peneliti mengemukakan analisis berdasarkan beberapa hal yang menjadi indikator etika dalam komunikasi Islam yakni qaulan sadidan (QS. 4:9; 33:70), qaulan balighan (QS.4:63), qaulan masyuran (QS. 17:28), qaulan layyinan (QS. 20:44), qaulan kariman (QS. 17:23) qaulan ma'rufan (QS. 4:5).

a) Prinsip Qaulan Sadidan

Ditinjau dari prinsip Qaulan Sadidan detik.com sudah menyampaikan kabar yang benar. Secara umum gambar akun *Instgaram @detik.com* mengenai Setya Novanto adalah sebuah kebenaran. Detik.com dalam menyampaikan kebenaran, memiliki keberanian untuk bicara tegas, tidak ragu dan takut, apalagi jelas dasar hukumnya Al Quran dan hadits. “Katakanlah kebenaran itu, meskipun sangat menyakitkan,” pesan Rasullulah ini, sejatinya sesuai dengan fakta yang diungkap detik.com bahwa jika seorang pemimpin seperti Setya Novanto yang menjabat Ketua DPR bersalah di mata hukum maka sebaiknya tidak ada yang

ditutupi walaupun akan menghadapi resiko yang apa pun. Namun demikian ada juga gambar yang mengindikasikan tidak qaulan sadidan seperti foto depan atau foto pertama yang ditampilkan adalah kartun Novanto yang berpakaian dengan stelan jas lengkap dengan dasi kuning dililit oleh tali namun dia berusaha terbang dengan tikar terbang yang bergambar dirinya untuk menghindari tali yang melilit tubuhnya itu. Ini adalah foto satire yang mengundang orang untuk berkomentar dan tentu saja bukan fakta karena hanya sebuah kartun yang merupakan rekayasa tangan manusia.

b). Prinsip *Qaulan Balighan*

Dari prinsip *Qaulan Balighan*, detik.com dalam postingan gambar terkait Setna Novanto sebenarnya sudah berada dalam konsep *Qaulan Balighan* dimana jelas maksud dan tujuannya. Setiap gambar baik dalam bentuk foto maupun infografis dan kartun selalu akan disertai caption atau keterangan yang menjelaskan maksud dari gambar tersebut. Namun juga ada beberapa gambar yang merupakan hasil rekayasa seperti kartun Papah Lagi Khusyuk yang menceritakan tentang Setya Novanto yang sedang tertidur di pernikahan putri Presiden Jokowi Kahiyang Ayu dengan Bobby Nasution yang bahkan captionnya berupa ungkapan bahwa beliau sedang tidur. Apabila dilihat dari bahasa, menyindir merupakan mencela atau mengejek orang lain secara tidak langsung. Dalam kaca mata Islam seperti dalam buku *Al-fiqhu Al-islam Wa Adillatuhu* karangan Ust. Dr. Wahbah Zuhaili dijelaskan jika *Al Umuru Bimaqoshihi* yang berarti segala

permasalahan tergantung tujuan atau niat. Dalam hal ini, menyindir orang lain dengan tujuan yang hina seperti balas dendam, syirik dalam Islam, iri atau dengki pada orang yang kita sindir, maka hal tersebut tidak diperbolehkan agama.³⁰

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah suatu kaum mengolok-olok kaum yang lain, (karena) boleh jadi mereka (yang diperolok-olokkan) lebih baik dari mereka (yang mengolok-olokkan) dan jangan pula wanita mengolok-olokkan wanita-wanita lain., karena boleh jadi wanita-wanita (yang diperolok-olokkan) lebih baik dari wanita (yang mengolok-olokkan) dan janganlah kamu mencela dirimu sendiri dan jangan pula kamu panggil-memanggil dengan gelar yang buruk. Seburuk-buruk gelar ialah (panggilan) yang buruk sesudah iman..” (QS. al-Hujurat:11).

Sebaliknya, jika perbuatan menyindir orang lain bertujuan sesuatu hal yang baik seperti merubah sikap dan juga akhlak yang dimiliki, maka hal tersebut dianjurkan oleh agama namun tetap tidak boleh memakai cara yang menyakitkan hati.

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah suatu kaum mengolok-olok kaum yang lain karena bisa jadi mereka yang diperolok lebih baik dari yang mengolok, dan jangan pula wanita mengolok-olokkan wanita-wanita lain., karena boleh jadi wanita-wanita (yang diperolok-olokkan) lebih baik dari wanita (yang mengolok-olokkan); dan janganlah kamu mencela dirimu sendiri

³⁰

<https://dalamislam.com/hukum-islam/hukum-menyindir-orang-dalam-islam>

dan jangan pula kamu panggil-memanggil dengan gelar yang buruk. Seburuk-buruk gelar ialah (panggilan) yang buruk sesudah iman” [QS. al-Hujurat:11].

Sindiran merupakan sesuatu yang tajam dan sangat pedih sehingga akan masuk ke dalam hati dan membuat orang tersebut terluka dan luka tersebut bahkan sangat sulit dihilangkan serta menjadi bentuk kezoliman. Sindiran yang sering terjadi pada pergaulan dalam Islam juga bisa mengakibatkan sesuatu yang buruk seperti prasangka tidak baik bagi orang yang mendengarnya atau membaca sindiran yang dilontarkan sampai akhirnya mereka juga ikut bersikap atas sindiran yang diberikan tersebut.

Allah SWT berfirman “Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan buruk-sangka (kecurigaan), karena sebagian dari buruk-sangka itu dosa. Dan janganlah mencari-cari keburukan orang dan janganlah mengumpat satu sama lain. Adakah seorang diantara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. Dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima Taubat lagi Maha Penyayang.”[QS. Al-Hujuuraat: Ayat 12]

c) *Qaulan Layyinan*

Qaulan Layyinan (lemah lembut), maksudnya tidak mengeraskan suara, seperti membentak, meninggikan suara. Siapapun tidak suka bila berbicara dengan orang-orang yang kasar. Dalam bentuk media komunikasi tulisan maka bisa dipahami bahwa *Qaulan Layyinan*

tidaklah menulis hal-hal yang ingin diberitakan secara kasar atau menghina seseorang. Rasullulah selalu bertutur kata dengan lemah lembut, hingga setiap kata yang beliau ucapkan sangat menyentuh hati siapapun yang mendengarnya. Seperti ayat pembuka di atas Allah melarang bersikap keras dan kasar dalam berdakwah, karena kekerasan akan mengakibatkan dakwah tidak akan berhasil malah ummat akan menjauh. Dalam berdoa pun Allah memerintahkan agar kita memohon dengan lemah lembut, “Berdoalah kepada Tuhanmu dengan merendah diri dan suara yang lemah lembut, sungguh Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas,” (Al A’raaf ayat 55)

Dalam perspektif etika komunikasi Islam ini, akun detik.com sudah sangat menjunjung etika yang lemah lembut dengan melakukan eufemisme atau penghalusan kata-kata sehingga tidak terkesan vulgar. Postingan gambar dan caption detik.com juga apa adanya dan tidak kasar, meski kemudian mengundang berbagai reaksi dari pengikut atau followernya, bahkan kebanyakan mereka memberika komentar yang lucu, dan menganggap bahwa postingan terkait Novanto adalah hiburan. Namun demikian harus diakui juga ada yang menanggapinya dengan serius dan juga ada yang mengolok-olok dalam komentarnya. Secara etika komunikasi Islam tentu saja hal ini tidak dibenarkan dan itu berlaku tidak hanya bagi komunikator, tetapi juga pada pesan yang diposting di akun Instagram maupun pada komentar atau komunikasi yang memberikan umpan balik atas postingan detik.com.

d) *Qaulan Kariman*.

Qaulan Kariman adalah perkataan yang mulia, dibarengi dengan rasa hormat dan mengagungkan, enak didengar, lemah-lembut, dan bertatakrama. Dalam konteks jurnalistik dan penyiaran, *Qaulan Kariman* bermakna menggunakan kata-kata yang santun, tidak kasar, tidak vulgar, dan menghindari “bad taste”, seperti jijik, muak, ngeri, dan sadis. Dari analisis yang dilakukan akun detik.com sudah mencoba untuk melakukan *qaulan kariman* dengan tidak mengaburkan fakta sama sekali. Detik.com juga tidak menambah-nambah fakta dan berusaha memilih diksi yang tepat dalam judul gambar atau captionnya.

e) *Qawlan Ma'rufa*

Qawlan ma'rufa dapat diterjemahkan dengan ungkapan yang pantas. Kata *ma'rufa* berbentuk isim *maf'ul* yang berasal dari *madhinya*, *'arafa*. Salah satu pengertian *ma'rufa* secara etimologis adalah *al-khair* atau *al-ihsan*, yang berarti yang baik-baik. Jadi *qawlan ma'rufa* mengandung pengertian perkataan atau ungkapan yang baik dan pantas. Dari analisis dapat dijelaskan bahwa detik.com, sudah menerapkan *Qaulan Ma'rufa* dalam postingannya. Tidak ada foto, gambar atau caption yang tidak pantas yang diposting oleh detik.com, namun demikian harus diakui postingan detik.com kadang mengundang komentar yang tidak pantas dari para pengikutnya sehingga menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari keseluruhan komunikasi yang

pernah terjadi di akun Instagram detik.com.

Penutup

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Gambar Setya Novanto yang ditampilkan dalam akun Instagram detik.com ada yang berbentuk foto aktifitas Setya Novanto, info grafis perkembangan kasus yang membelitnya, serta gambar kartun.
2. Secara denotasi foto yang dimuat detik.com tidak semuanya mengandung unsur kebaruan. Meski caption yang dimuat berkaitan dengan kasus yang sedang membelit Novanto, namun kadang foto yang dimuat ada yang diambil dari media lain seperti Antara.
3. Dalam menceritakan gambar tentang Setya Novanto, caption yang dipakai detik.com tidak semuanya dalam bentuk berita. Kadang detik.com hanya membuat caption perumpamaan seperti *ssstt papah lagi khusyuk*, dan diakhiri dengan kata “*gitu ya.*” Caption ini seakan mengundang orang untuk memberikan komentarnya.
4. Secara konotasi makna yang muncul dalam setiap gambar yang diupload oleh Instagram detik.com terkait Setya Novanto adalah negatif. Hal ini tidak hanya dilihat dari analisis yang peneliti lakukan, tetapi juga terlihat dari respon atau komentar netizen terhadap setiap gambar yang diposting detik.com.

5. Ditinjau dari perspektif Etika Komunikasi Islam, detik.com sudah berupaya menerapkan etika itu, namun demikian masih ada beberapa postingan terutama yang direkayasa dalam bentuk kartun yang tidak sesuai dengan etika komunikasi Islam seperti qaulan ma'rufan dan qaulan balighan.
6. Meskipun memenuhi hampir seluruh syarat etika, namun komentar atas postingan akun detik.com dalam kasus Setya Novanto banyak yang tidak sesuai dengan etika komunikasi Islam. Hal ini tentu merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari keseluruhan proses komunikasi yang terjadi pada akun tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd. Gani, Zulkiple 2003. *Islam, Komunikasi dan Teknologi Maklumat*. Kuala Lumpur: Utusan Publication & Distributors Sdn Bhd.
- Blanchard, Olivier 2015. *Social Media ROI. Mengelola dan Mengukur Media Sosial pada Organisasi Anda*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Briggs, Asa dan Peter Burke, 2006. *Sejarah Social Media*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Efendi, Onong Uchjana.2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Adtya Bakti.
- Efendi, Onong Uchjana.2000. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Herianti, Yanti. 2014. *Blogquest+: Pemanfaatan Media Sosial pada Pembelajaran Sains Berbasis Isu Sosiosaintifik untuk Mengembangkan Keterampilan Berargumentasi dan Literasi Sains*. Bandung. Sekolah Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia.
- Idrus, Muhammad. 2007. *Metode Penelitian Ilmu-ilmu Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta : UII Press.
- Iskandar, Dudi Sabil dan Rini Lestari.2016. *Mitos Jurnalisme*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Kurniawan.2001. *Semiologi Roland Barthes*. Jakarta: Yayasan Indonesiatera.
- Landsverk.KJell H. 2014. *Instagram Handbook*. London:Primehead Limited.
- Little Jhon, Sthepen W dan Karen A Foss. 2009. *Teori Komunikasi, Theories of Human Communcation*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mattern, Joana. 2017. *Instagram*. Minnesota : Abdo Publishing.
- Moeloeng, Lexy J.2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- Oetama, Jakob. 2001 *Pers Indonesia; Berkomunikasi dalam Masyarakat Tidak Tulus*, Jakarta:Kompas Media Nusantara.

- Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi, cet ke 13*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ritonga, Muhamad Husni, 2008. *Eksistensi Ilmu Komunikasi Islam*. Bandung: Citapustaka
- Sontag, Susan. 1982. *A Barthers Reader*. New York: Hill&Wang.
- Sobur, Alex, Drs. MSi. 2002. *Analisis Teks Media, Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framming*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Uzzaman, Aniss, 2015. *Startup Pedia, Panduan Membangun Startup ala Silicon Valley*. Yogyakarta: Penerbit Bintang.
- Wijaya, Taufan. 2014. *Foto Jurnalistik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Wursanto, 1991. *Etika Komunikasi Kantor*. Yogyakarta: Kanisius.
- Abdul Karim Batubara. 2013. *Studi Media dalam Perspektif Islam*. Surabaya: Conference Proceedings.
- Fatimah Kartini Bohang, *Indonesia, Pengguna Instagram Terbesar se-Asia Pasifik*, diakses dari <http://tekno.kompas.com/read/2017/07/27/11480087/indonesia-pengguna-instagram-terbesar-se-asia-pasifik>, pada tanggal 19 November 2017 pukul 00.30 WIB.
- Merlyna Lim, *Bukan sekadar berita palsu: media sosial dan kampanye politik yang disetir pasar*, diakses dari <https://theconversation.com/bukan-sekadar-berita-palsu-media-sosial-dan-kampanye-politik-yang-disetir-pasar-81755>, pada tanggal 19 November 2017 pukul 17.00 WIB.
- Melisa Septiana Mayo. 2009. *Teori Semiotik Foto Menurut Roland Barthes*. Diakses dari <http://melisamayo.blogspot.co.id/2009/12/teori-semiotik-konotasi-foto-menurut.html> pada tanggal 23 November 2017 pada pukul 12.00 WIB.
- Yudhianto, *132 Juta Pengguna Internet Indonesia, 40% Penggila Medsos*, diakses dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3659956/132-juta-pengguna-internet-indonesia-40-penggila-medsos>, pada tanggal 19 November 2017 pukul 01.30 WIB
- Shidarta, *Teori Semiotika Roland Barthes*, diakses dari <http://darta-anekateori.blogspot.co.id/2011/04/teori-semiotika-roland-barthes.html>, pada tanggal 19 November 2017 pukul 10.00 WIB.
- Sri Iswidayati. *Roland Barthes dan Mitologi*, diakses dari <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=136265&val=5660&title=ROLAND%20BARTHES%20AN%20MITHOLOGI>, pada tanggal 19 November 2017 pukul 11.30 WIB.