

BAB II

LANDASAN TEORI

A. *Public relation*

1. Pengertian *public relation*

Public adalah sekelompok orang yang menaruh perhatian pada sesuatu hal yang sama, mempunyai minat dan kepentingan yang sama. *Public* adalah grup kecil yang terdiri dari orang-orang yang berjumlah sedikit juga dapat dalam kelompok besar. Sedangkan *relation* berasal dari bahas inggris yang berarti hubungan. Istilah *relation* dalam *public relation* mengandung makna adanya hubungan timbal balik.¹

Menurut Rachmadi ada empat esensi *public relation*:²

- a. *Public relation* merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk memperoleh *goodwill*, kepercayaan, saling pengertian dan citra yang baik dari publik atau masyarakat.
- b. Sasaran *public relation* adalah menciptakan opini publik yang *pavorable* menguntungkan semua pihak
- c. *Public relation* merupakan unsur yang sangat penting dalam manajemen dalam mencapai tujuan.

¹ Neni Yulianita, *Dasar-dasar Public Relations* (Bandung: Pusat Penerbitan Universitas, 2007), 21-23

² Irene Selviani, *Public Relation Sebagai Solusi Komunikasi Krisis* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020), 32

d. *Public relation* adalah usaha berkelanjutan untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara suatu badan dengan masyarakat melalui komunikasi timbal balik.

Keberadaan public relations seperti yang diungkapkan F. Rachmadi (1996:21) bahwa, “*Public relations* menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga/organisasi dengan publiknya, *intern* maupun *ekstern* dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga/organisasi. Hubungan publik internal yaitu hubungan dengan karyawan dan stakeholders dan hubungan publik eksternal yaitu hubungan dengan pelanggan, khalayak sekitar, instansi pemerintah, pers.

2. Sejarah perkembangan *public relation*

Public relation tumbuh dan berkembang dari kebiasaan masyarakat untuk memperoleh suatu kebutuhan informasi. *Public relation* berkembang seiring dengan perkembangan demokrasi pada abad pertengahan yang kemudian ikut berperan dalam memperluas kegiatan *public relation*. Dengan perkembangan yang sangat pesat maka komunikasi dituntut agar lebih maju dengan berimplikasi pada *public relation* yang banyak di pelajari dan digunakan. Perkembangan ini juga mendukung *public relation* modern

di Amerika Serikat, *public relation* yang semula hanya menjadi praktik juga dipelajari sebagai ilmu pengetahuan dan diteliti secara khusus.³

3. Ruang Lingkup *public relation*

Ruang lingkup pekerjaan *public relation* dapat dibagi menjadi enam bagian:⁴

- a. Publisitas, merupakan kegiatan menempatkan berita mengenai seseorang atau badan dalam sebuah media masa.
- b. Pemasaran, merupakan kegiatan mempromosikan suatu produk atau program dari suatu organisasi atau perusahaan.
- c. *Public affairs* merupakan kegiatan yang berhubungan langsung dengan masyarakat dan menyangkut tentang hukum atau kebijakan.
- d. Manajemen isu, merupakan kegiatan mengatur suatu kabar berita yang belum tentu benar.
- e. Lobi, merupakan kegiatan komunikasi oleh individu kepada pihak lain dengan tujuan untuk mempermudah tujuan organisasi atau perusahaan.
- f. Hubungan investor, merupakan suatu kegiatan komunikasi timbal balik dengan investor guna menjalin hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan investor.

4. Peran, fungsi dan tujuan *public relation*

- a. *Public relation* memiliki peran sebagai berikut:⁵

³ Irene Selviani, *Public Relation Sebagai Solusi Komunikasi Krisis* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020), 1-6

⁴ Morissan, *Manajemen Public Relation: Strategi Menjadi Public Relation Profesional* (Jakarta: Kencana, 2008), 14

⁵ Ibid, 45

1) *Communicator*

Public relation sebagai *communicator* adalah *public relation* mampu menjadi komunikator yang baik melalui media masa.

2) *Relationship*

Public relation sebagai *relationship* mempunyai kemampuan untuk menjalin hubungan kerja sama yang baik dengan para investornya.

3) *Backup manajemen*

Sebagai *backup* manajemen *public relation* mendukung dan menunjang kegiatan manajemen dan kegiatan lain untuk mencapai tujuan perusahaan.

4) *Good image maker*

Sebagai *good image maker* *public relation* membangun opini publik yang positif untuk membentuk nama baik perusahaan.

b. Fungsi dari *public relation* adalah sebagai berikut:⁶

1) Fungsi konstruktif

Public relation berfungsi membuat kegiatan yang terstruktur, terencana dan berkesinambungan yang bersifat proaktif.

2) Fungsi korektif

Public relation berfungsi memperbaiki nama baik perusahaan yang sedang rusak, atau kehilangan kepercayaan dari publik ataupun investornya.

⁶ Morissan, *Manajemen Public Relation: Strategi Menjadi Public Relation Profesional* (Jakarta: Kencana, 2008), 36

c. Tujuan *public relation*:⁷

- 1) Menjaga dan memelihara *goodwill* atau nama baik suatu organisasi atau perusahaan.
- 2) Menjaga dan membentuk sikap saling percaya antara badan dengan publik dan investornya
- 3) Menjaga saling pengertian antara badan dengan publik dan investornya.
- 4) Menciptakan dan memelihara kerja sama antara badan dengan publik dan investornya

5. Strategi *Public Relation*

a. Pengertian strategi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia definisi strategi berarti rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.⁸ Adapun menurut Ahmad S. Adnan Putra pakar humas dalam naskahnya yang berjudul *Public Relations Strategi* mengatakan bahwa arti strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana, sedangkan suatu rencana (*plan*) adalah produk dari perencanaan (*planning*), yang pada

⁷ Morissan, *Manajemen Public Relation: Strategi Menjadi Public Relation Profesional* (Jakarta: Kencana, 2008), 34

⁸ Departemen Pendidikan dan kebudayaan RI, Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi ketiga (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 1092

akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen.⁹

b. Strategi *public relation*

Berikut merupakan dua komponen penting dalam strategi *public relation*:¹⁰

1) Komponen Sasaran

Komponen ini merupakan sasaran atau tujuan dari *public relation* seperti konsumen, orang tua atau anak muda dan sebagainya.

2) Komponen sarana

Komponen ini merupakan komponen yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan apabila terjadi konflik dalam sebuah organisasi atau perusahaan dengan menyediakan beberapa alternatif seperti pencegahan, negosiasi dan kristalisasi.

B. Nasabah

1. Pengertian Nasabah

Berdasarkan Kamus Umum Bahasa Indonesia pengertian nasabah adalah sebagai berikut:¹¹

a. Pertalian atau perhubungan

⁹ Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 133

¹⁰ Rosady Ruslan, *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 133

¹¹ Soegeng Wahyoedi & Saporso, *Loyalitas Nasabah Bank Syariah: Studi Atas Religitas, Kualitas Layanan, Trust, dan Loyalitas* (Yogyakarta: Budi Utama, 2019), 22-23

b. Seseorang yang menjadi pelanggan pada sebuah bank, karena uangnya diputar pada sebuah bank.

c. Seseorang yang menjadi peserta atau tanggungan perusahaan asuransi.

Berdasarkan pengertian di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa nasabah adalah seseorang yang menjadi pelanggan pada sebuah lembaga keuangan baik bank ataupun non bank.

2. Jenis Nasabah atau pelanggan

Berdasarkan praktiknya nasabah atau pelanggan dibagi menjadi tiga jenis, yaitu:

a. Nasabah atau pelanggan baru

Nasabah baru adalah orang yang baru pertama kali datang ke perusahaan untuk menggunakan produk dari perusahaan.

b. Nasabah atau pelanggan biasa

Nasabah biasa adalah orang yang telah menggunakan produk dari perusahaan namun tidak selalu menggunakannya, dan terkadang memilih produk yang sama dari perusahaan lain.

c. Nasabah atau pelanggan utama

Nasabah utama adalah nasabah yang telah lama menggunakan produk dari perusahaan secara terus menerus.

C. Asuransi Syariah

1. Pengertian asuransi syariah¹²

¹² Nur Dinah Fauziah dkk, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Malang: Literasi Nusantara, 2018), 107

Asuransi merupakan cara atau metode untuk memelihara manusia dalam menghindari risiko (ancaman) beragam bahaya yang diperkirakan akan terjadi dalam kegiatan hidupnya. Dalam ensiklopedi hukum Islam disebutkan bahwa asuransi merupakan transaksi perjanjian antara dua belah pihak, dimana pihak pertama memiliki kewajiban untuk membayarkan iuran atau premi asuransi dan pihak kedua sebagai penjamin pihak pertama sesuai dengan perjanjian yang sudah dibuat. Dari pengertian asuransi tersebut maka asuransi mempunyai unsur-unsur sebagai berikut:

- a. Adanya pihak terjamin atau yang dijamin
 - b. Adanya pihak yang menjamin
 - c. Adanya perjanjian atau akad asuransi
 - d. Adanya pembayaran iuran atau premi asuransi
 - e. Adanya kerugian yang diderita oleh pihak terjamin
 - f. Adanya suatu peristiwa yang belum pasti terjadi.
2. Dasar hukum asuransi Syariah¹³

Asuransi syariah dimaknai sebagai wujud dari bisnis pertanggungangan yang didasarkan pada syariat hukum Islam yaitu al-quran dan hadist serta pendapat para ulama.

- a. Al-qur'an Surat Al-maidah (5): 2

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى، وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ،

¹³ Nur Dinah Fauziah dkk, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Malang: Literasi Nusantara, 2018), 108

وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ .

Artinya: “Dan tolong menolonglah kamu dalam mengerjakan kebajikan dan takwa, dan jangan tolong menolong dalam perbuatan dosa dan pelanggaran, bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat berat siksaan-Nya” (QS. Al-Maidah:2)¹⁴

Ayat ini berisi perintah untuk saling tolong menolong dalam kebaikan.

Dalam praktik asuransi terdapat kerelaan anggota untuk menyisihkan dananya agar digunakan sebagai dana sosial (*tabarru'*)

b. Hadist tentang *Aqilah*

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: إِفْتُلْتُ إِمْرَأَتَانِ مِنْ هُرَيْلٍ فَرَمَتْ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَى بِحَجَرٍ

فَقَتَلَتْهَا وَمَا فِي بَطْنِهَا فَاحْتَصَمُوا إِلَى النَّبِيِّ فَقَضَى أَنَّ دِيَّةَ جَنِينِهَا غُرَّةٌ أَوْ وَلِيدَةٌ وَقَضَى

دِيَّةَ الْمَرْأَةِ عَلَى عَائِلَتِهَا

Artinya: “Diriwayatkan oleh Abu Hurairah r.a., dia berkata: ‘Berselisih dua orang wanita dari suku Huzail, kemudian salah satu wanita tersebut melempar batu kepada wanita yang lain sehingga mengakibatkan kematian wanita tersebut beserta janin yang dikandungnya. Maka ahli waris dari wanita yang meninggal tersebut mengadakan peristiwa tersebut kepada Rasulullah saw. Maka Rasulullah saw. Memutuskan ganti rugi dari pembunuhan terhadap janin tersebut dengan pembebasan seorang budak laki-laki atau perempuan, dan memutuskan ganti rugi atas kematian wanita tersebut dengan uang darah (*diyat*) yang dibayar oleh *aqilahnya* (kerabat dari orang tua laki-laki)’. (H.R Bukhari)¹⁵

¹⁴ Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Diponegoro,2014), 84

¹⁵ Kitab Shahih Bukhari, Bab: *Aqilah*

3. Jenis-jenis asuransi syariah¹⁶

a. *Takaful* keluarga (asuransi jiwa) adalah asuransi syariah yang memberikan perlindungan kepada anggotanya dalam menghadapi musibah kematian atau kecelakaan. Macam-macam asuransi takafil keluarga:

- 1) Asuransi jiwa berjangka (*Term Insurance*)
- 2) Asuransi jiwa dwiguna (*Endowment Insurance*)
- 3) Asuransi kesehatan
- 4) Asuransi kecelakaan diri
- 5) Unit Link

b. *Takaful* umum (asuransi kerugian) merupakan asuransi syariah yang memberikan perlindungan finansial dalam menghadapi musibah atau bencana atas harta benda milik peserta. Macam-macam asuransi takaful umum:

- 1) Asuransi harta benda
- 2) Asuransi kendaraan bermotor
- 3) Asuransi pengangkutan
- 4) Asuransi rangka kapal
- 5) Asuransi rangka pesawat
- 6) Asuransi satelit
- 7) Asuransi *energy onshore*

¹⁶ Nur Dinah Fauziah dkk, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Malang: Literasi Nusantara, 2018), 119

- 8) Asuransi *energy offshore*
- 9) Asuransi rekayasa
- 10) Asuransi tanggung gugat
- 11) Asuransi kecelakaan diri
- 12) Asuransi kesehatan
- 13) Asuransi aneka

4. Prinsip dasar asuransi syariah¹⁷

a. *Insurable interest*

Berikut merupakan kriteria dari *insurable interest*:

- 1) Kerugian tidak dapat diperkirakan
- 2) Kewajaran
- 3) *Chatastropic* atau tidak menimbulkan kerugian uang sangat besar.
- 4) *Homogenous* atau barang dapat ditemukan pengganti yang serupa.

b. *Atmost good faith*

Dalam perjanjian asuransi kedua belah pihak antara pihak asuransi dan pihak peserta harus sama-sama mempunyai itikad atau niat baik agar dapat menjalankan kewajiban masing-masing sesuai dengan perjanjian atau akad yang telah disepakati.

c. *Indemnity*

Mekanisme untuk kompensasi atas risiko yang menimpa atau dialami oleh peserta asuransi dengan ganti rugi secara finansial.

¹⁷ Nur Dinah Fauziah dkk, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Malang: Literasi Nusantara, 2018), 120

d. *Proximate Cause*

Adanya penyebab terjadinya suatu peristiwa secara beruntun atau terus-menerus tanpa intervensi suatu ketentuan yang lain.

e. *Subrogation*

Hak peserta asuransi untuk menerima klaim asuransinya sesuai dengan jumlah kerugian yang diderita.

f. *Contribution*

Saling membantu atau tolong menolong antar peserta asuransi dengan cara membayar premi asuransi tepat waktu.

Dalam Asuransi Syariah ada beberapa tambahan prinsip yang bersumber dari ajaran Islam, diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Prinsip ikhtiar atau berusaha dan berserah diri kepadah Allah swt.
- b. Prinsip tolong menolong (*ta'awun*)
- c. Prinsip tanggung jawab
- d. Prinsip kerja sama
- e. Prinsip melindungi.

5. Operasional asuransi syariah¹⁸

Asuransi syariah harus sesuai dengan prinsip syariah dalam Fatwa DSN Nomor 21/DSN-MUI/X/2001 meliputi:

- a. Asuransi syariah (*ta'min*, *takaful* atau *tadhamun*) merupakan usaha saling melindungi dan tolong menolong diantara sejumlah pihak melalui

¹⁸ Nur Dinah Fauziah dkk, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Malang: Literasi Nusantara, 2018), 120

investasi dalam bentuk aset dan/atau *tabarru'* yang memberikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko tertentu melalui akad (perikatan) yang sesuai dengan syariah.

- b. Akad yang sesuai syariah sebagaimana dimaksud oleh point 1 adalah tidak mengandung *gharar* (penipuan), *maysir* (perjudian), *riba*, *dhulm* (penganiayaan), *rasuah* (suap), barang haram dan maksiat.
- c. Akad *tijarah* adalah semua akad yang dilakukan untuk tujuan komersial.
- d. Akad *tabarru'* adalah semua bentuk akad yang dilakukan dengan tujuan kebajikan dan dimaksudkan untuk tolong-menolong, bukan semata-mata untuk tujuan komersial.
- e. Premi merupakan iuran wajib yang harus dibayarkan kepada pihak asuransi sesuai dengan perjanjian akad.
- f. Klaim adalah hak peserta asuransi yang wajib diberikan oleh perusahaan sesuai dengan kesepakatan akad.

Unsur premi asuransi syariah ada 2 macam yaitu:¹⁹

- a. Unsur *tabarru'* dan tabungan (untuk asuransi jiwa)
- b. Unsur *tabarru'* saja (untuk asuransi kerugian dan *term insurance*)

Unsur *tabarru'* pada asuransi jiwa mengambil perhitungan dari tabel *mortalitas* (harapan hidup), yang besarnya tergantung pada usia dan masa perjanjian. Semakin tinggi usia dan semakin lama masa perjangiannya maka semakin besar pula nilai *tabarru'*nya. Besarnya premi asuransi jiwa (*tabarru'*) berkisar antara 0,75%-12%.

¹⁹ Nur Dinah Fauziah dkk, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Malang: Literasi Nusantara, 2018), 121

Macam-macam premi asuransi antara lain:²⁰

- a. Premi meningkat, merupakan pembayaran premi asuransi yang semakin lama semakin bertambah . Pembayaran premi meningkat setiap tahun karena umur pemegang polis semakin lama semakin bertambah tua maka risiko juga semakin meningkat karena kemungkinan meninggal dunia lebih cepat.
- b. Premi merata, merupakan pembayaran premi asuransi yang setiap tahun jumlahnya sama atau tidak bertambah.

D. Pentingnya *Public Relation* Dalam Mempertahankan Nasabah

1. Kedudukan *public relation* dalam perusahaan

Kedudukan seorang *public relation* pada perusahaan jasa keuangan berfungsi sebagai garda terdepan perusahaan yang diharap akan dapat memberikan pelayanan yang memuaskan nasabah secara konsisten. Kepuasan merupakan hal yang terpenting bagi nasabah. Dasar dari *public relation* adalah menentukan hubungan dengan nasabah (*customer relation*) dengan baik. Kepuasan pelanggan akan menciptakan reputasi yang baik bagi perusahaan dan mendorong rekomendasi. Kepuasan nasabah harus dijaga, dipelihara dan dipertahankan melalui *public relation*.²¹

2. Sasaran utama *public relation*

²⁰ ibid

²¹ Prima Ayu Rizqi Mahanani, *Customer Relation Mananjemen* Sebagai Salah Satu Upaya *Public Relation* Perusahaan Jasa Perbankan Menciptakan *Good Image*, Jurnal Komunikasi Volume 1 No. 6 Januari 2013 STAIN Kediri diakses melalui <https://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/download/58/57> pada tanggal 1 Maret 2021 pukul 15:39 WIB

Sasaran utama dari *public relation* adalah menciptakan *good image* atau citra yang baik. Kepercayaan nasabah merupakan faktor yang sangat penting agar perusahaan dapat bertahan. Sukatendel mengungkapkan bahwa citra itu dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif. Citra merupakan salah satu aset yang sangat penting dari perusahaan. Citra menjadi kunci bagi perusahaan jasa asuransi agar dapat meraih nasabah yang besar dan mempertahankannya. Citra yang baik merupakan salah satu strategi jitu untuk merebut dan mempertahankan nasabah dan *stakeholders* lainnya.²²

E. Komunikasi Islam

1. Pengertian komunikasi Islam

Komunikasi merupakan kegiatan saling bertukar informasi dengan tujuan tertentu dan bersifat privasi. Komunikasi Islam adalah komunikasi yang bertujuan untuk membangun hubungan yang baik dengan diri sendiri, dengan sang pencipta, dan dengan sesama manusia yang diharapkan mampu membawa kedamaian dan keselamatan sesuai dengan perintah Allah swt.²³

2. Konsep dasar komunikasi Islam²⁴

- a. Komunikasi terkait pada pandangan Islam terhadap manusia.
- b. Komunikasi adalah kebutuhan dasar dalam kehidupan manusia.

²² Prima Ayu Rizqi Mahanani, *Customer Relation Manajemen Sebagai Salah Satu Upaya Public Relation Perusahaan Jasa Perbankan Menciptakan Good Image*, Jurnal Komunikasi Volume 1 No. 6 Januari 2013 STAIN Kediri diakses melalui <https://jurnalaspikom.org/index.php/aspikom/article/download/58/57> pada tanggal 1 Maret 2021 pukul 15:39 WIB

²³ Harjani Hefni, *Komunikasi Islam* (Jakarta: Kencana, 2015),14

²⁴ Ibid, 53-72

- c. Komunikasi dalam Islam merupakan wujud kasih sayang Allah swt terhadap manusia.
 - d. Komunikasi dalam Islam bertujuan agar manusia bisa saling mengenal untuk mewujudkan semangat takwa.
 - e. Komunikasi Islam memiliki tujuan untuk membentuk kedamaian dan kenyamanan.
 - f. Komunikasi akan memiliki efek atau dampak di dunia dan diakhirat.
3. Prinsip-prinsip komunikasi Islam²⁵
- a. Didasari dengan rasa ikhlas

Dalam ajaran Islam komunikasi merupakan hal yang sangat penting, sebab dengan adanya komunikasi semua informasi akan dapat disampaikan, oleh karena itu komunikasi harus didasari dengan rasa ikhlas untuk mengharap ridha dari Allah Swt.
 - b. Memiliki efek pahala dan dosa

Semua kegiatan yang dilakukan oleh manusia harus dapat dipertanggung jawabkan di dunia dan di akhirat. Begitu pula dengan komunikasi, komunikasi memiliki efek pahala dan dosa, ini berarti komunikasi juga kegiatan yang harus dapat dipertanggung jawabkan di akhirat. Apabila komunikasi dilakukan untuk hal kebaikan maka akan mendapatkan pahala, namun apabila komunikasi yang dilakukan untuk hal keburukan maka akan mendapatkan dosa.
 - c. Didasari dengan kejujuran

²⁵ Harjani Hefni, *Komunikasi Islam* (Jakarta: Kencana, 2015), 226-262

Komunikasi merupakan kegiatan untuk membangun hubungan dengan saling memberikan dan menerima informasi. Maka dari itu kegiatan komunikasi harus didasari dengan kejujuran agar dapat membangun kepercayaan dan dapat membawa kedamaian.

d. Mengandung tujuan yang positif

Komunikasi merupakan kegiatan yang memiliki efek pahala dan dosa, oleh sebab itu komunikasi harus mengandung tujuan yang positif agar berefek pahala karena setiap kegiatan manusia di dunia akan dimintai pertanggung jawabannya diakhirat kelak.

e. Menggunakan lisan dan hati

Komunikasi merupakan salah satu kegiatan manusia yang harus didasari dengan kejujuran, maka komunikasi juga harus menggunakan lisan dan hati. Apa yang diucapkan harus sama dengan apa yang ada dihati. Diharapkan kegiatan komunikasi dilakukan dengan rasa empati sehingga dapat menciptakan perdamaian.²⁶

f. Sebagai sarana Pengawasan

Komunikasi merupakan kegiatan saling bertukar informasi, oleh karena itu komunikasi dapat dijadikan sebagai sarana pengawasan. Dengan adanya komunikasi kita dapat membina hubungan baik dengan semua orang agar mudah dalam mencari informasi.

g. Sebagai sarana untuk selektivitas dan validitas

²⁶ Harjani Hefni, *Komunikasi Islam* (Jakarta: Kencana, 2015), 230

Komunikasi merupakan kegiatan untuk mengumpulkan informasi dari orang lain untuk membuktikan suatu kebenaran, oleh karena itu komunikasi dapat dijadikan sebagai sarana untuk selektivitas dan validitas.

h. Sebagai sarana untuk mempengaruhi

Komunikasi juga merupakan media dakwah yang utama, karena dengan komunikasi manusia dapat terpengaruh oleh informasi yang diberikan orang lain, maka komunikasi dapat digunakan sebagai media promosi dan juga dakwah.

i. Mengandung keseimbangan berita

Komunikasi merupakan kegiatan untuk menyampaikan informasi, informasi yang disampaikan harus sesuai dengan kebenarannya sehingga komunikasi mengandung keseimbangan berita. Artinya dalam kegiatan menyampaikan informasi tidak diperbolehkan untuk menambahkan atau mengurangi informasi karena akan merusak makna dari informasi yang sebenarnya.

j. Bersifat privasi

Komunikasi bersifat privasi, karena komunikasi merupakan hak pribadi yang harus dihargai.

4. Prinsip-prinsip komunikasi dalam Al-qur'an

Berikut merupakan prinsip-prinsip komunikasi dalam Al-qur'an agar komunikasi bisa berjalan dengan baik:²⁷

²⁷ Harjani Hefni, *Komunikasi Islam* (Jakarta: Kencana, 2015), 20

a. *Qaulan Sadidan* (perkataan yang benar)

Qaulan sadidan adalah pendapat atau perkataan yang tepat dan benar dalam berargumentasi. Prinsip perkataan yang benar dalam berkomunikasi merupakan salah satu hal yang sangat penting. Dengan perkataan yang tepat dan benar maka akan dapat membantu memberikan informasi kepada seseorang. Adapun perkataan yang tidak benar akan menimbulkan suatu permasalahan akibat kesalahpahaman. Perkataan yang benar terdapat dalam Al-qur'an surat An-Nisa ayat 4:

فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ فَمَا دُرِّيَّةٌ ضِعْفًا خَلْفَهُمْ مِنْ اٰتٰرِكُوْا لَوِ الَّذِيْنَ وَلِيْحٰشَ

لَوْ قَوْلًا سَدِيْدًا وَلِيْمُوْا اللّٰهَ

Artinya: “Dan hendaklah takut (kepada Allah) orang-orang yang sekiranya mereka meninggalkan keturunan yang lemah dibelakang mereka yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraannya), oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka berbicara dengan tutur kata yang benar” (QS. An-Nisa: 4)²⁸

b. *Qaulan Ma'rufan*

Qaulan Ma'rufan adalah perkataan yang baik. Prinsip perkataan yang baik dalam komunikasi akan menciptakan perdamaian. Perkataan yang baik akan membangun hubungan yang baik dan kepercayaan. Prinsip perkataan yang baik terdapat dalam Al-qur'an surat An-Nisa ayat 5 sebagai berikut:

²⁸ Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Penerbit Diponegoro, 2014), 61

وَلَا تُؤْتُوا سَفَهَاءَ أَمْوَالِكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا وَرَزَقْتُم بِهَا وَاسْوَأَ

هُم وَقَوْلُهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

Artinya: “Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. Berilah mereka belanja dan pakaian dari hasil harta itu dan katakanlah kepada mereka perkataan yang baik”. (QS. An-Nisa: 5)²⁹

c. *Qaulan balighan* (Perkataan yang efektif)

Qaulan balighan merupakan perkataan yang efektif atau jelas. Perkataan yang efektif yaitu perkataan yang jelas dan tidak berbelit-belit. Prinsip perkataan yang efektif dalam komunikasi yaitu agar suatu perkataan dapat diterima dengan baik dan dapat diserap maknanya. Prinsip perkataan yang efektif atau qaulan balighan terdapat dalam Al-qur'an surat An-Nisa ayat 63 sebagai berikut:

أَلَيْكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ

فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا

Artinya: “Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang ada dalam hati mereka. Maka dari itu berpalinglah kalian dari mereka dan berikanlah mereka pelajaran dan perkataan yang berbekas pada hati mereka”(QS. An-Nisa:63)³⁰

d. *Qaulan Masyuran*

²⁹ Ibid

³⁰ Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Penerbit Diponegoro,2014), 61

Prinsip *qaulan masyuran* merupakan perkataan yang mudah dipahami. Perkataan yang mudah dipahami akan mempermudah seseorang dalam menyerap suatu informasi. Prinsip *qaulan masyuran* terdapat dalam Al-qur'an surat Al-Isra ayat 28

وَأَمَّا تُعْرَضِنَ عَنْهُمْ ابْتَغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مِّسْوُورًا

Artinya: “Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk mendapatkan rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, maka latakanlah kepada mereka ucapan yang pantas” (QS. Al-Isra:28)³¹

e. *Qaulan Layinan* (perkataan yang lembut)

Qaulan layinan merupakan perkataan yang lembut mengandung anjuran atau ajakan dalam menyampaikan pesan kepada orang lain dengan penyampaian yang baik dan benar. Prinsip *qaulan layinan* dalam komunikasi akan membuat informasi tersampaikan dengan baik tanpa menyinggung atau merendahkan orang lain. Prinsip perkataan yang lembut terdapat dalam Al-qur'an surat Thaha ayat 44 sebagai berikut:

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لِّيْنَا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى

Artinya: “Dan bicaralah kamu berdua kepadanya dengan perkataan yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut” (QS. Thaha: 44)³²

f. *Qaulan Kariman*

Qaulan kariman merupakan perkataan yang mulia. Prinsip perkataan yang mulia ini akan dapat membawa manfaat kepada orang lain. Prinsip

³¹ Ibid

³² Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Penerbit Diponegoro, 2014), 249

ini akan membuat orang yang menerima informasi tetap dimuliakan atau tidak direndahkan. Prinsip perkataan yang mulia terdapat dalam Al-qur'an surat Al-Isra Ayat 23 sebagai berikut:

وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا فَمَنْ إِذَا يَبُلُغَنَّ عِنْدَ

الْكِبَرِ أَحَدٌ هُمْ أَوْكَلَهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهُمَا أُفٍّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهُمَا قَوْلًا

كَرِيمًا

Artinya: “Dan Tuhanmu telah memerintahkan supaya jangan menyembah kepada selain Dia dan hendaklah kamu berbuat baik kepada ibu bapakmu dengan sebaik-baiknya. Jika salah seorang diantara mereka atau keduanya sampai berumur lanjut dalam pemeliharaanmu, maka janganlah kamu sekali-kali mengatakan “ah” dan janganlah kamu membentak mereka dan ucapkanlah pada mereka perkataan yang mulia” (QS. Al-Isra:23)³³

³³ Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Penerbit Diponegoro,2014), 225