BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman, penggunaan media massa dalam aktivitas berdakwah turut gencar dilakukan oleh berbagai kalangan. Hal ini sebagai langkah menambah efektifitas tercapainya tujuan dari dakwah agar lebih efesien dan efektif. Media massa, khususnya media cetak seperti majalah mengambil peranan penting yang telah disadari subjek dakwah untuk dimanfaatkan dan dikelola guna menunjang aktivitas dakwah yang telah dilakukan sebelumnya baik menggunakan metode dakwah *bil-Lisan* serta dakwah *bil-Hal.*

Aktivitas dakwah sejatinya menyerukan materi dakwah (mengajak, mengajar, mendengar dan lain sebagainya) kepada objek dakwah agar dapat mencapai tujuan dari dakwah itu sendiri. Sedangkan sifat religius (*psychis*) dalam penyampaiannya membutuhkan cara-cara tertentu agar nantinya materi dapat tersampaikan secara efektif dan efesien.[1]Sumber utama dari materi dakwah yakni al-Qur'an dan as-Sunnah, menjadi pokok yang harus disampaikan kepada masyarakat melalui bahasa yang komunikatif sehingga dapat dicerna dengan baik. Sumber utama materi dakwah tersebut terkandung secara lengkap petunjuk,

[1]Abda Muhaemin,*Prinsip-Prinsip Metodologi Dakwah,* (Surabaya:Al-Ikhlas,1994)h.45

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pedoman, hukum, sejarah serta prinsip-prinsip baik yang menyangkut keyakinan, peribadatan, pergaulan, akhlak, politik, teknologi dalam kehidupan sehari-hari.[2]

Penyampaian dakwah membutuhkan saluran atau media yang dikelola secara baik dengan mengunakan fungsi manajemen media guna memudahkan proses komunikasi yang nantinya berdampak positif pada kognitif, afektif dan motorik masyarakat khususnya kaum perempuan. Dampak dari keberadaan teknologi media dakwah memberikan pengaruh pada masyarakat. Sebagaimana yang disampaikan McLuhan dalam teori determinisme teknologi, bagaimana lingkungan media, gagasan dan tehnik teknologi media, mode informasi dan kode komunikasi memainkan peranan penting untuk melakukan sesuatu dalam kehidupan masyarakat dan menjadi penyebab perubahan budaya.[3] Perubahan dalam penelitian ini dimaksutkan pada arah lebih baik seperti pencapaian tujuan melalui dakwah, peluang dan tantangan media dakwah seperti majalah agar tetap eksis. Mengingat, Islampun memberikan ruang seluas-luasnya bagi laki-laki maupun perempuan untuk melakukan usaha-usaha kebajikan. Allah SWT telah berfirman dalam Q.S. An-Nahl, 97:

مَنْ عَمِلَ صَٰلِحًا مِّن ذَكَرٍ أَوْ أُنثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهُۥ
حَيَوٰةً طَيِّبَةً ۖ وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُم بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا۟
يَعْمَلُونَ ﴿٩٧﴾

[2]Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983) h. 163
[3]Morissan, Teori Komunikasi Massa (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), h. 31

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Artinya*: "Barang siapa yang mengerjakan kebajikan, baik laki-laki maupun perempuan, dalam keadaan beriman, maka pasti akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan akan Kami berikan balasan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan"(QS. An-Nahl 97)*[4]

Perkembangan media dakwah berperan dalam mencapai tujuan dari dakwah itu sendiri agar dapat semaksimal mungkin dan seluas-luasnya menyerukan pesan kebajikan. Menyadari betapa pentingnya media dakwah menjadi alasan bagi Muslimat NU Pimpinan Wilayah Jawa Timur yang merupakan banom (badan otonom) organisasi kemasyarakatan yang bersifat keagamaan terbesar di Nusantara yakni Nahdatul Ulama, menggunakan majalah yang diberi nama "Hidmah Muslimat NU" sebagai media dalam dakwahnya.

Banom yang didirikan padat anggal 26 Robi'ul Akhir 1365 H bertepatan 29 Maret 1946 di Purwokerto serta, beranggota perempuan NU berusia diatas 30 tahun[5], yang telah menikah turut andil dalam pemanfaatan media sebagai alat mencapai visi serta misinya. Visi dalam AD/ART Muslimat NU Bab IV jelas tertulis "tewujudkan masyarakat yang sejahtera berkualitas, dijiwai ajaran Islam *Ahlusunnah wal Jama'ah* dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia yang diridai Allah SWT".[6] Muslimat NU ingin mewujutkan masyarakat khususnya perempuan yang bertaqwa, bermasyarakat, berbangsa, bernegara yang berkualitas serta mandiri dan sadar akan hak maupun kewajibannya sebagai pribadi, warga negara, anggota masyarakat sesuai ajaran Islam.

---

[4] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Mahkota), h. 473
[5]AD/ART Muslimat NU (Jakarta: Pimpinan Pusat Muslimat Nahdatul 'Ulama, 2011), h.3
[6]AD/ART Muslimat NU (Jakarta: Pimpinan Pusat Muslimat Nahdatul 'Ulama, 2011), h.3

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kehadiran majalah Hidmah Muslimat NU sebagai media penerangan dan komunikasi menjadi wadah berhidmat orang-orang yang memiliki semangat berdakwah lewat majalah untuk organisasi serta mampu memanfaatkan peranan media. Majalah tersebut merupakan program kerja Litbang Muslimat NU PW Jawa Timur periode 2010-2015. Namun, setahun kemudian Ketua Umum pengurus pusat Muslimat NU, Khofifah Indar Parawansa meresmikan majalah ini menjadi berskala nasional saat Kongres Muslimat NU pada 17 Juni 2011 di Lampung.[7] Meski begitu, lingkup penelitian ini ditekankan pada manajemen media oleh redaksi majalah Hidmah Muslimat NU yang merupakan pengurus PW Muslimat Jawa Timur.

Peresmian majalah yang sejatinya ranah PW Jawa timur menjadi berskala Nasional tentu memiliki upaya, peluang dan tantangan tersendiri bagi redaksi melalui pelaksanaan fugsi manajemen media. Pengawasan akan fungsi manajemen media merupakan sorotan dalam penelitian kali ini karena erat kaitanya dengan bagaimana media yang telah ada dengan segala tujuanya mampu tetap bertahan. Sadar akan kebutuhan pengawasan dan pengorganisasian demi kesetabilan eksistensi dan terealisasinya tujuan media dalam redaksi majalah dengan segala upaya, peluang dan tantangannya. Membuat penulis tertarik melakukan penelitian, majalah Hidmah Muslimat NU memiliki daya tarik karena aktifitas dakwah *bil-Qalam* dilakukan oleh ibu-ibu dengan usia diatas 45 tahun serta memiliki kesibukan luar biasa. Peneliti menyadari peran serta perempuan

[7]Wawancara dengan Yulia Isti'anah selaku Redaktur Pelaksana pada tanggal 2 September 2015, Pukul 09.00 wib

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam dakwah perlu dikaji agar menambah semangat dan khazanah keilmuan dalam lingkup ilmu komunikasi dan ilmu dakwah.

Majalah dengan *tagline* 'Dinamika Perempuan Indonesia' menjadi bagian perwujudan strategi media meningkatkan kualitas dakwah perempuan Indonesia yang cerdas, terampil, kompetitif sebagai tanggung jawab terhadap agama, bangsa dan negara. Seperti yang tertera pada poin ke-empat pasal 8 Anggaran Dasar yakni pada bidang agama, sosial, pendidikan, kesehatan, ekonomi, tenaga kerja, lingkungan hidup, hukum dan advokasi. Bidang-bidang tersebut menjadi isi dalam setiap edisi majalah[8].

Di Indonesia sendiri sudah tidak asing dengan majalah-majalah bernafaskan Islam yang membawa gagasan pembaharuan serta semangat kebangsaan dalam memberdayakan masyarakat melalui pemberitaan dan informasi. Mengingat kemajuan teknologi informasi melalui media cetak memungkinkan komunikasi menjadi intens dan lebih luas. Hal tersebut mempengaruhi jumlah penerima pesan dakwah juga semakin banyak. Menyerukan ajaran agama, menginformasikan tentang Allah SWT, alam beserta lingkungan makhluk-makhlunya maupun tentang hari akhir dan nilai kebajikan.

Majalah dengan komitmen jurnalistik Islam di Indonesia telah ada sejak 1915 namun silih berganti ke eksistensianya dikarenakan berbagai faktor internal maupun eksternal seperti sumber daya manusia, keuangan dan juga eksternal yakni otoritas penguasa saat itu.[9]Lain ladang tentu lain belalang begitu pepatah

[8]AD/ART Muslimat NU (Jakarta: Pimpinan Pusat Muslimat Nahdatul 'Ulama, 2011), h. 6
[9]Kurniawan Junaedhie, *Rahasia Dapur Majalah Di Indonesia* (Jakarta, 1995), h. 308

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengatakan, lain zaman lain pula tantangan dan cara media dakwah dengan prinsip-prinsip *'bil- Qalam'* ini untuk tetap bertahan.

Eksistensi majalah Hidmah Muslimat untuk memanajemen diri sebagai media dakwah dari segi redaksional yang diupayakanya, menyentuh perempuaan sebagai salah satu tujuan bertumbuhnya insan-insan yang taat beragama, cerdas, terampil, mandiri dan kompetitif dengan segala tantangannya baik dari eksternal maupan internal Muslimat. Tentu hal tersebut menuntut kerja ekstra redaksi mengelola majalah mulai dari bidang redaksi yang membutuhkan kekhasan tersendiri dalam karakter penulisannya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas tentu banyak hal yang menarik untuk dikaji, namun peneliti memfokuskan masalah dalam penelitian kali ini adalah

1. Bagaimana upaya redaksi majalah Hidmah Muslimat NU agar dapat eksis sebagai media dakwah bagi anggota PW Muslimat NU Jawa Timur?
2. Bagaimana peluang redaksi majalah Hidmah Muslimat NU agar dapat eksis sebagai media dakwah anggota PW Muslimat NU Jawa Timur?
3. Bagaimana tantangan redaksi majalah Hidmah Muslimat NU agar dapat eksis sebagai media dakwah bagi anggota PW Muslimat NU Jawa Timur?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah yang dipaparkan diatas, maka penelitian yang dilakukan ini memiliki tujuan yaitu:

1. Mengkaji bagaimana upaya redaksi majalah Hidmah Muslimat NU agar dapat eksis sebagai media dakwah bagi anggota PW Muslimat NU Jawa Timur.
2. Mengetahui bagaimana peluang redaksi majalah Hidmah Muslimat NU agar dapat eksis sebagai media dakwah anggota PW Muslimat NU Jawa Timur.
3. Memahami bagaimana tantangan redaksi majalah Hidmah Muslimat NU agar dapat eksis sebagai media dakwah bagi anggota PW Muslimat NU Jawa Timur.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

a. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan konstribusi atau sumbangsi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang media dakwah terkait manajemen pengelelolaan media dakwah untuk mencapai tujuannya berperan di masyarakat.

b. Menambah khazanah pengetahuan dalam ilmu komunikasi dan ilmu dakwah terkait pemanfaatan media massa sebagai alat dari aktivitas dakwah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Secara praktis

a. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dan pertimbangan keilmuan di bidang Dakwah dan Komunikasi.

b. Bagi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya, khususnya Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, peneliti ini bisa dijadikan sebagai tambahan keilmuan untuk pembinaan dan pengembangan jurusan agar melahirkan insan-insan yang progresif mengabdi di masyarakat sesuai keilmuannya.

c. Penelitian ini dapat menjadi bahan kajiaan selanjutnya bagi eksistensi dan manfaat media dakwah di masyarakat.

E. Defenisi Konseptual

Konsep pada hakikatnya merupakan istilah, yaitu satu kata atau lebih yang menggambarkan suatu gejala atau menyatakan suatu ide (gagasan).[10] Untuk mendapatkan pemahaman dalam menarik suatu makna dan menghindari kesalahpahaman dalam menarik suatu makna dan persepsi setelah membaca judul penelitian yang telah disajikan.

1. Manajemen Media

Manajemen media diartikan sebagai sebuah ilmu yang mempelajari tentang pengelolaan media dengan prinsip-prinsip dan seluruh proses manajemen yang dilakukan, baik terhadap media sebagai industri yang bersifat komersial maupun

[10] Irawan Soeharto, *Metode penelitian Sosial* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), h. 4

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sosial, media sebagai institusi komersial atau institusi sosial dan politik tempat media tersebut berada. Keilmuan dalam manajemen media turut mempelajari mengenai perkembangan teknologi yang mempengaruhi keberlangsungan media dapat diantisipasi oleh manajemen media. Pengelolaan media meliputi berbagai aspek filosofis, metodologis dan praktis sebagai institusi komersial maupun sosial.[11]

Kajian manajemen media lekat kaitanya dengan manajemen komunikasi. Jika manajemen media berasal dari ranah manajemen komunikasi lebih didominasi oleh paradigma positivistik, paradigma kritis, kajian manajemen media mendapatkan pengaruh dari studi media (*media studies*). Studi media melihat bahwa media memiliki beragam instrumen dari kekuatan ekonomi-politik dimana beragam kepentingan dapat mempengaruhinya.[12]

2. Media Dakwah

Kata "media" berasal dari bahasa latin, yaitu "median" yang artinya alat perantara[13]. Dari pengertian ini dipahami, bahwa yang dimaksud dengan media adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Asmuni Syukir, menjelaskan bahwa media dakwah adalah alat yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan.Media dakwah ini dapat berupa barang (material), manusia, tempat, kondisi tertentu dan

---

[11] Fajar Junaedi, *Manajemen Media Massa: Teori, Aplikasi dan Riset* (Yogyakarta: Buku Litera), h. 14
[12] Fajar Junaedi, *Manajemen Media Massa: Teori, Aplikasi dan Riset* (Yogyakarta: Buku Litera), h. 15
[13]Anwar Arifin, *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu) h. 89

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagainya.[14] Bisa dipahami bahwa media dakwah merupakan segala sesuatu yang digunakan untuk menyampaikan pesan, guna pelaksanaan dakwah demi tercapainya tujuan dakwah.

3. Eksistensi Majalah

Penelitian ini, penulis memberikan batasan makna eksistensi yakni keberadaan ataupun kehadiran yang memiliki sifat kebertahanan, wujud (yang tampak) adanya suatu yang membedakan antara suatu benda dengan benda lain[15]. Majalah sendiri merupakan media cetak yang terbit secara berkala tetapi tidak terbit setiap hari, media cetak bersampul dengan dirancang secara khusus, media cetak yang dijilid dan memiliki sejumlah halaman tertentu, media cetak dengan format konvensional sebagaimana format majalah yang dikenal selama ini.

Secara umum, karakteristik majalah dikemukakan HM Alang. Sebagai berikut:

1. Penyajiannya lebih mendalam karena periodesitasnya lama sehingga pencarian informasi lebih leuasa dan tuntas.
2. Nilai aktualitas lebih lama karena dalam membaca majalah tidak pernah tuntas sekaligus.
3. Gambar/foto lebih baanyak, desain bagus, kualitas kertas bagus.
4. Cover; sebagai daya tarik.
5. Bersifat *segmented* ; berdasarkan segmen pasar tertentu ex. Majalah anak-anak, ibu-ibu rumah tangga, pria, wanita.[16]

---

[14]Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*(Surabaya: Al-Ikhlas, 1983) h. 163

[15]Pius A. Partanto dan Dahlan Al-Barry, *Kamus Ilmiah Populer*(Surabaya: Arkola, 1994), h.133

[16]Sattu Alan, *Berdakwah Melalui Media Massa*, (Makassar: UIN Makassar. 2008) h.2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Melalui penelitian dalam majalah Hidmah Muslimat NU akan didapatkan data, bagaimana sebenarnya majalah tersebut hadir dan mampu bertahan sebagai media dakwah.

F. Sistematika Pembahasan

Agar mempermudah memahami penelitian ini dan guna sistematisasi dalam pembahasannya yang terdiri dari :

1. BAB I Pendahuluan

Pendahuluan di atas meliputi : latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, definisi konseptual, serta sistematika pembahasan dalam penelitian ini.

2. BAB II Kerangka Teoretik

Kerangka teoretik terdiri dari : majalah sebagai media dakwah, pengertian, jenis dan fungsi media dakwah, eksistensi media dakwah, pengertian manajemen media, fungsi manajemen media, pengertian dan macam majalah, struktur keredaksian majalah.

3. BAB III Metode Penelitian

Bab ini memuat tentang pendekatan dan jenis penelitian, obyekpenelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, tehnik pengumpulan data dari pihak-pihak terkait, tehnik analisis data dan tehnik pemeriksaan keabsahan data.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. BAB IV Penyajian dan Analisis Data

Memuat deskripsi lokasi penelitian yang menggambarkan latar belakang sejarah berdirinya majalah Hidmah Muslimat NU, visi dan misi, struktur pengurus majalah Hidmah Muslimat NU. Sekaligus penyajian data, analisis data mengenai upaya redaksi majalah tersebut sebagai media dakwah agar terus eksis bagi anggota, peluang dan tantangan redaksi majalah mempertahankan majalah tersebut sebagai media dakwah baik tantangan internal maupun eksternal. Data yang telah dihimpun berikutnya akan dianalisis dengan teori yang relevan sebagai alat kaji dari penelitian lapangan yang telah dilakukan.

5. BAB VI Penutup

Penulisan skripsi ini di dalamnya memuat kesimpulan yang merupakan hasil penelitian dan juga rekomendasi yang berupa rujukan bagi kemungkinan dilaksanakan peneliti lanjutan menjadi masukan yang dapat digunakan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id