BAB II

KERANGKA TEORETIK

A. Kajian Pustaka

1. Pesan Dakwah

a. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan dakwah adalah semua ajaran Islam yang harus disampaikan kepada ummat Manusia. Ajaran Islam mengandung pengertian yang sangat luas, Secara bahasa *Islâm* berarti *inqiyâd* (patuh), *Islâm* dari *syarî'ah* berarti menunjukkan ketundukkan dan prilaku syariah serta senantiasa melakukan apa yang dibawa oleh Nabi SAW, sehingga dengan keislaman itu darahnya dijaga dan hal-hal yang dibenci dihindari.[15]

1. Jenis Pesan Dakwah

Dakwah yang dilakukan oleh para pendakwah tidak akan pernah terlepas dari pesan dakwah. Karena pesan dakwah memainkan peranan yang sangat penting dalam upaya menciptakan perubahan yang berarti pada mitra dakwah. Pesan dakwah dapat meliputi apa saja, baik ekonomi, sosial, politik, keagamaan, budaya maupun berbagai sektor kehidupan lainnya yang mewarnai kehidupan masyarakat. Akan tetapi, secara mendasar pesan dakwah berisi tentang *amar ma'ruf*

[15] M. Tata Taufik, *Dakwah Era Digital Seri Komunikasi Islam* (Kuningan Jawa Barat; Pustaka Al-Ikhlash, 2013) hal. 71

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

(menganjurkan dan mengajak kepada kebaikan) dan *nahi munkar* (mencegah dari perbuatan yang dilarang oleh agama).

Abu Zahrah, merumuskan pesan yang terpenting dalam proses dakwah menjadi lima bagian, yaitu: *pertama*, tentang akidah Islamiah, yaitu akidah *wahdaniyah* (mengesakan Allah). *Kedua*, tentang keimanan (percaya) kepada al-Qur'an, bahwa al-Qur'an itu diturunkan dari Allah dan dapat melumpuhkan bangsa Arab untuk membuat yang serupa. *Ketiga*, pesan yang mengajarkan tentang perjalanan hidup Nabi Muhammad SAW. *Keempat*, pemahaman yang memberikan keyakinan kepada manusia bahwa Nabi Muhammad SAW merupakan suri tauladan yang baik dan berakhlak mulia. Dan *kelima*, pesan yang menjelaskan tentang tujuan Islam bagi individu dan masyarakat dengan prinsip menghormati manusia, keadilan hukum diantara manusia, keadilan dalam masyarakat dan bernegara, persamaan dan kemerdekaan, gotong royong dalam kebaikan dan takwa, serta melarang gotong royong dalam berbuat dosa.[16]

Secara lebih spesifik, Asmuni Syukir, berpendapat bahwa pesan dakwah meliputi tiga hal pokok, yakni masalah *aqidah*, *syar'iyah,* dan budi pekerti (*akhlaqul karimah*).[17]

Sedangkan secara garis besar, pesan dakwah mencakup seluruh ajaran Islam secara *kaffah* (keseluruhan), tidak sepenggal-penggal atau

---

[16] Abu Zahrah, *Dakwah Islamiah*, Terjemahan oleh Ahmad Subandi dan Ahmad Sumpeno (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1994), hal. 159-161

[17] Untuk penjelasan secara lebih mendetail mengenai pesan dakwah yang dikemukakan oleh Asmuni Syukir di atas, dapat dirujuk dalam Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, hal. 60-63.

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

sepotong-potong. Tetapi meskipun demikian, pesan dakwah yang hendak disampaikan kepada mitra dakwah, mesti disesuaikan dengan kemampuan dan kondisi riil mitra dakwah yang bersangkutan, artinya sesuai dengan pola pikir, keperluan, dan permintaannya.[18] Sehingga pesan dakwah yang akan disampaikan dapat lebih mengena dan tidak menyebabkan pemahaman yang bisa bagi mitra dakwah yang bersangkutan.

Pada hakikatnya, kegiatan dakwah yang dilakukan oleh para pendakwah bertujuan untuk menyampaikan risalah Illahi dengan cara lemah lembut (*persuasif*) dan tanpa adanya paksaan sedikit pun. Maka secara otomatis pesan dakwah yang hendak disampaikan oleh para pendakwah pun mesti merujuk pada kalam (ketentuan) Illahi pula, yakni dalam agama Islam berupa ketetapan dan ketentuan Allah SWT yang berupa kitab suci al-Qur'an dan manifestasi secara riil dari kitab suci al-Qur'an yang diimplementasikan oleh rasulullah Muhammad SAW yang dinamakan al-Hadits/as-Sunnah serta hasil ijtihad para ulama yang menggunakan akal mereka untuk menentukan hukum dan ketentuan baru dengan cara melakukan analogi (penyamaan) maupun penjelasan secara lebih rinci dari sumber hukum ajaran Islam yang pokok (al-Qur'an dan hadits) yang disesuaikan dengan kondisi riil yang berisi tentang berbagai problematika dan dinamika hidup yang senantiasa dihadapi oleh manusia dari zaman ke zaman yang belum

[18] Jamaluddin Kafie, *Psikologi Dakwah* (Surabaya: Indah, 1993), hal. 35-37

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

dijelaskan secara spesifik dan sistemik di dalam al-Qur'an maupun al-Hadits.[19]

Sementara itu, Moh. Ali Aziz, menuturkan bahwa secara garis besar, pesan dakwah terbagi menjadi dua, yaitu pesan utama (al-Qur'an dan hadits) dan pesan tambahan atau penunjang (selain al-Qur'an dan hadits). Pesan-pesan dakwah tersebut antara lain :

1) Ayat-ayat Al-Qur'an.

   Al-Qur'an adalah wahyu penyempurna. Seluruh wahyu yang diturunkan Allah SWT kepada nabi-nabi terdahulu termaktub dan teringkas dalam al-Qur'an. Untuk melihat kandungan al-Qur'an, dapat ditelaah antara lain kandungan surat al-Fatihah yang oleh para ulama dikatakan sebagai ringkasan al-Qur'an. Dalam surat al-Fatihah, terdapat tiga bahasan pokok yang sebenarnya menjadi pesan sentral dakwah, yaitu akidah (ayat 1 – 4), ibadah (ayat 5 – 6), dan muamalah (ayat 7). Ketiga hal itulah yang menjadi pokok-pokok ajaran Islam. Semua pokok ajaran Islam tersebut disebutkan secara global dalam al-Qur'an, sedangkan detailnya dijelaskan dalam hadits. Dalam mengutip ayat al-Qur'an sebagai pesan dakwah, ada beberapa etika yang harus diperhatikan:

   a) Penulisan atau pengucapan ayat al-Qur'an harus benar.

[19] Asmuni Syukir berpendapat bahwa pada hakikatnya sumber pesan dakwah terdiri dari al-Qur'an, hadits dan pendapat para ulama (pemikiran ulama/rakyu ulama). Meskipun demikian, pendapat para ulama tersebut mesti merujuk kepada dua sumber hukum ajaran Islam yang pokok, yakni al-Qur'an dan hadits. Dan apabila tidak merujuk pada dua sumber hukum agama Islam tersebut (al-Qur'an dan hadits), apalagi menyelisihi, maka pesan dakwah yang disampaikan tidak dapat disebut sebagai pesan yang bermuatan dakwah, tetapi hanya sekedar opini yang berdasarkan pemikiran manusia semata, dan secara otomatis dakwahnya tidak sah dan tertolak. Lihat dalam Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, hal. 63-64.

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

b) Penulisan atau pengucapan ayat al-Qur'an sebaiknya disertai terjemahannya.

c) Sebaiknya ayat al-Qur'an ditulis pada lembaran yang tidak mudah diletakkan pada tempat yang kotor atau mudah terinjak.

d) Penulisan atau pengucapan ayat al-Qur'an sebaiknya tidak dipenggal dari keseluruhan ayat, agar terhindar dari distorsi pemahaman.

e) Sebaiknya ayat al-Qur'an dibaca dengan tartil dan jelas.

f) Ketika mengutip ayat al-Qur'an, sebelumnya perlu didahului ungkapan atau tulisan.

g) Antara ayat yang dikemukakan dengan topik dakwah harus sesuai dan relevan.

h) Sebelum membaca ayat al-Qur'an, pendakwah hendaknya membaca *ta'awwudh* dan *basmalah.*

2) Hadits Nabi SAW

Segala hal yang berkenaan dengan Nabi SAW yang meliputi ucapan, perbuatan, ketetapan, sifat, bahkan ciri fisiknya dinamakan hadits. Jumlah hadits Nabi SAW yang termaktub dalam beberapa kitab hadits sangat banyak. Sehingga terlalu berat bagi pendakwah untuk menghafal semuanya. Maka pendakwah cukup membuat klasifikasi hadits berdasarkan kualitas dan temanya. Dalam mengutip hadits Nabi SAW, ada beberapa etika yang harus diperhatikan oleh para pendakwah :

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

a) Penulisan atau pengucapan hadits harus benar.

b) Penulisan atau pengucapan matan hadits sebaiknya disertai terjemahannya, agar pengertiannya dapat dipahami oleh mitra dakwah.

c) Nama Nabi SAW atau Rasulullah SAW serta nama perawi sahabat dan perawi penulis kitab hadits harus disebutkan.

d) Pendakwah harus memprioritaskan hadits yang lebih tinggi kualitasnya.

e) Pengungkapan hadits harus sesuai dengan topik yang dibicarakan.

3) Pendapat Para Sahabat Nabi SAW

Orang yang hidup semasa dengan Nabi SAW, pernah bertemu dan beriman kepadanya adalah sahabat Nabi SAW. Pendapat sahabat Nabi SAW memiliki nilai tinggi, karena kedekatan mereka dengan Nabi SAW dan proses belajarnya yang langsung dari beliau. Sama dengan kutipan-kutipan sebelumnya, dalam mengutip pendapat sahabat juga harus mengikuti etika sebagai berikut :

a) Tidak bertentangan dengan al-Qur'an dan hadits.

b) Menyebutkan nama sahabat yang dikutip.

c) Menyebut sumber rujukan.

d) Membaca do'a dengan kata *radliyallahu 'anhu 'anha* atau menulis dengan singkatan r.a dibelakang nama sahabat.

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) Pendapat Para Ulama

Meski ulama berarti semua orang yang memiliki ilmu pengetahuan secara mendalam, namun maksud ulama disini dikhususkan untuk orang yang beriman, menguasai ilmu keislaman secara mendalam dan menjalankannya. Pendapat ulama apa pun isi dan kualitasnya harus dihargai, karena ia dihasilkan dari pemikiran yang mendalam berdasarkan sumber utama hukum Islam serta telah men"diskusi"kannya dengan pendapat ulama-ulama yang telah ada. Adapun etika mengutip pendapat ulama adalah sebagai berikut :

a) Tidak bertentangan dengan al-Qur'an dan hadits.
b) Menyebut nama ulama yang dikutip.
c) Mengetahui argumentasinya, agar terhindar dari kepengikutan yang tidak cerdas (*taqlid*).
d) Memilih pendapat ulama yang tertulis dari pada pendapat yang didapatkan dari komunikasi lisan.
e) Memilih pendapat ulama yang paling kuat dasarnya dan paling besar manfaatnya untuk masyarakat.
f) Menghargai setiap pendapat ulama, meski kita harus memilih salah satunya.
g) Sebaiknya kita mengenal jati diri ulama, walaupun tidak sempuma, sebelum mengutip pendapatnya.

5) Hasil Penelitian Ilmiah

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

Tidak sedikit ayat al-Qur'an yang bisa kita pahami lebih mendalam dan luas setelah dibantu hasil sebuah penelitian ilmiah. Inilah hasil penelitian yang menjadi salah satu sumber pesan dakwah. Oleh sebab itu, pengutipan hasil penelitian ilmiah untuk pesan dakwah harus berpegang pada etika berikut :

a) Menyebut nama penelitinya, atau lembaga bila melibatkan suatu lembaga.
b) Menyebutkan objek penelitian yang sesuai dengan topik dakwah.
c) Disajikan dengan kalimat yang singkat dan jelas.
d) Disampaikan kepada mitra dakwah yang memahami fungsi penelitian.
e) Disampaikan untuk menguatkan pesan utama dakwah. Bukan sebaliknya, pesan utama dakwah dipakai untuk memperkuat hasil penelitian.

6) Kisah dan Pengalaman Teladan

Ketika mitra dakwah merasa kesulitan dalam mencerna konsep-konsep yang disampaikan oleh pendakwah, maka pendakwah sebaiknya mencari upaya-upaya yang memudahkannya. Ketika mereka kurang antusias dan kurang yakin terhadap pesan dakwah, maka pendakwah sebaiknya mencari keterangan yang menguatkan argumentasinya atau bukti-bukti nyata dalam kehidupan. Salah satu diantaranya adalah

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

menceritakan pengalaman seseorang atau pribadi yang terkait dengan topik.

7) Berita dan Peristiwa

Pesan dakwah bisa berupa berita tentang suatu kejadian. Peristiwanya lebih ditonjolkan dari pada pelakunya. Berita (*kalam khabar*) menurut istilah ilmu *al-Balaghah* dapat benar atau dusta. Berita dikatakan benar jika sesuai dengan fakta. Jika tidak sesuai, disebut berita bohong. Hanya berita yang diyakini kebenarannya yang patut dijadikan pesan dakwah. Dalam menjadikan berita sebagai penunjang pesan dakwah, terdapat beberapa etika yang harus diperhatikan :

a) Melakukan pengecekan berkali-kali sampai diyakini kebenaran berita tersebut.
b) Dampak dari suatu berita juga harus dikaji.
c) Sifat berita adalah datar, hanya memberitahukan (*to inform*).
d) Berita yang disajikan harus mengandung hikmah.

8) Karya Sastra

Pesan dakwah kadangkala perlu ditunjang dengan karya sastra yang bermutu, sehingga lebih indah dan menarik. Karya sastra ini dapat berupa: syair, puisi, pantun, nasyid atau lagu, dan sebagainya. Karya sastra yang dijadikan pesan dakwah harus berlandaskan etika sebagai berikut :

a) Isinya mengandung hikmah yang mengajak kepada Islam atau

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

mendorong berbuat kebaikan.

b) Dibentuk dengan kalimat yang indah.

c) Ketika pendakwah mengungkapkan sebuah sastra secara lisan, kedalaman perasaan harus menyertainya, agar sisi keindahannya dapat dirasakan.

d) Jika diiringi musik, maka penyampaian karya sastra tidak dengan alat musik yang berlebihan.

9) Karya Seni

Karya seni juga memuat nilai keindahan yang tinggi. Jika karya sastra menggunakan komunikasi verbal (diucapkan), karya seni banyak mengutarakan komunikasi non-verbal (diperlihatkan). Pesan dakwah jenis ini mengacu pada lambang yang terbuka untuk ditafsirkan oleh siapa pun. Bagi pecinta karya seni, pesan dakwah jenis ini lebih banyak membuatnya berpikir tentang Allah SWT dan makhluk-Nya, lebih dari pada ketika hanya mendengar ceramah agama. Untuk menjadikan karya seni sebagai pesan dakwah, ada beberapa etika yang harus diperhatikan, yaitu :

a) Diupayakan sedemikian rupa agar karya seni tidak ditafsirkan secara salah oleh mitra dakwah.

b) Menurut ulama yang berpaham tekstualis (memahami ayat atau hadits sesuai dengan teksnya), tidak dibenarkan karya seni dengan objek makhluk hidup.

c) Karya seni tidak bernuansa pornografi, menghina simbol-

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

simbol agama, melecehkan orang lain, atau menimbulkan dampak-dampak negatif lainnya, baik langsung maupun tidak langsung.[20]

2. Tema-tema Pesan Dakwah

Menurut RB. Khatib Pahlawan Kayo, pada dasarnya tema-tema pesan dakwah meliputi bidang pengajaran dan akhlak. Pada bidang pengajaran, harus menekankan dua hal: *Pertama*, pada hal keimanan dan ketauhidan sesuai dengan kemampuan daya pikir mitra dakwah. *Kedua*, mengenai hukum-hukum *syara'* seperti: wajib, haram, sunnah, makruh, dan mubah. Sedangkan pada bidang akhlak, harus menerangkan tentang batasan-batasan akhlak yang baik, mulia, dan terpuji serta mana pula batasan-batasan akhlak yang buruk, hina, dan tercela.[21]

Sementara itu, M. Hafi Anshari menuturkan bahwa pada prinsipnya tema-tema pesan dakwah meliputi tiga hal prinsip, yaitu :

1) Aqidah, yang menyangkut sistem keimanan atau kepercayaan kepada Allah SWT.
2) *Syari'at*, yaitu serangkaian ajaran yang menyangkut aktifitas setiap muslim di dalam semua aspek hidup dan kehidupannya, misalnya mengenai apa saja yang boleh dilakukan dan yang tidak boleh dilakukan, mana saja yang halal dan haram, mubah, dan

[20] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, hal. 319-331.
[21] RB. Khatib Pahlawan Kayo, *Manajemen Dakwah: Dari Dakwah Konvensional Menuju Dakwah Profesional* (Jakarta: Amzah, 2007), hal. 52-53.

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.

3) Akhlaq, yaitu menyangkut tata cara berhubungan baik secara vertikal dengan Allah SWT, maupun secara horizontal dengan sesama manusia dan seluruh makhluk-makhluk Allah.[22]

3. Karakteristik Pesan Dakwah

Pesan dakwah memiliki karakteristik tersendiri yang membedakan secara mendasar dengan pesan-pesan yang tidak mengandung unsur dakwah. Untuk memastikan bahwa pesan dakwah memiliki karakteristik, Abd. Al-Karim Zaidan, dalam Moh. Ali Aziz, mengemukakan lima karakter pesan dakwah, yaitu :

1) Berasal dari Allah SWT *(annahu min 'indillah).*
2) Mencakup semua bidang kehidupan *(al-syumul).*
3) Umum untuk semua manusia *(al- 'umum).*
4) Ada balasan untuk setiap tindakan *(al-jaza'fi al-Islam).*
5) Seimbang antara idealitas dan realitas *(al-mitsaliyyah wa al-waqi 'iyyah).*[23]

Sedangkan Asep Muhiddin, merumuskan karakteristik pesan dakwah sebagai berikut :

1) Islam sebagai agama fitrah.
2) Islam sebagai agama rasional dan pemikiran.
3) Islam sebagai agama ilmiah, hikmah, danfiqhiyah.

[22] M. Hafi Anshari, *Pemahaman dan Pengamalan Dakwah* (Surabaya: Al-Ikhlas, 1993), hal. 146.
[23] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, hal. 342.

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) Islam sebagai agama argumentatif *(hujjah)* dan demonstratif *(burhan)*.
5) Islam sebagai agama hati *(qalb)*, kesadaran *(wijdan)*, dan nurani *(dhamir)*.
6) Islam sebagai agama kebebasan *(huriyah)* dan kemerdekaan *(istiqlal)*[24]

b. Metode Dakwah

Dalam Kamus Ilmiah Populer, metode adalah cara yang teratur dan sistematis untuk melaksanakan sesuatu atau cara kerja.[25] Dari definisi tersebut, apabila dikaitkan dengan aktivitas dakwah, setidaknya terdapat tiga karakter yang melekat dalam metode dakwah, yaitu :

a. Metode dakwah merupakan cara-cara sistematis yang menjelaskan arah strategi dakwah yang telah ditetapkan. Ia bagian dari strategi dakwah.
b. Karena menjadi bagian dari strategi dakwah yang masih berupa konseptual, metode dakwah bersifat lebih konkret dan praktis. Ia harus dapat dilaksanakan dengan mudah.
c. Arah metode dakwah tidak hanya meningkatkan efektivitas dakwah, melainkan pula bisa menghilangkan hambatan-hambatan

[24] Asep Muhiddin, *Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an: Studi Kritis atas Visi, Misi, dan Wawasan*,hal. 150-151.
[25] Pius A. Partanto & M. Dahlan Al-Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, hal. 461.

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

dakwah.[26]

a. Metode Diskusi

Metode diskusi pada era sekarang sering dilakukan lewat berbagai diskusi keagamaan, dimana pendakwah berperan sebagai nara sumber, sedangkan mitra dakwah berperan sebagai audien.[27] Diskusi sebagai metode dakwah adalah bertukar pikiran tentang suatu masalah keagamaan sebagai pesan dakwah antar beberapa orang dalam tempat tertentu. Dalam diskusi, pasti ada dialog yang tidak hanya sekedar bertanya, tetapi juga memberikan sanggahan atau usulan. Berhasil atau tidaknya suatu diskusi dakwah, banyak ditentukan oleh baik tidaknya moderator atau ketua diskusi dalam memimpin diskusi. Jos Daniel Parera, menyebutkan bahwa tugas-tugas pimpinan diskusi adalah sebagai berikut :

1) Menjelaskan tujuan dan maksud diskusi.
2) Menjamin kelangsungan diskusi secara teratur dan tertib.
3) Memberikan stimulasi, anjuran, ajakan, agar setiap peserta benar-benar mengambil bagian dari diskusi tersebut.
4) Menyimpulkan dan merumuskan setiap pembicaraan serta membuat beberapa kesimpulan kesepakatan dan beberapa persetujuan bersama.
5) Mempersiapkan laporan.[28]

[26] Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, hal. 358.
[27] Munzier Suparta & Harjani Hefni (ed.), *Metode Dakwah*, hal. 23.
[28] Jos Daniel Parera, *Belajar Mengemukakan Pendapat*, hal. 194.

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. Media dakwah

Media berasal dari bahasa latin yang secara harfiah berarti perantara, pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.[29] Media dakwah media ini hampir bisa disebut sebagai makanan pokok masyarakat. Sebagai salah satu contoh dalam media dakwah adalah majalah. Ini merupakan alat informasi guna memberi wawasan, gagasan ilmu pengetahuan.

Munculnya beberapa surat kabar yang membawa misi dakwah dan solidaritas Ukhuwah Islamiyah ternyata besar sekali manfaatnya. Disamping menjadi bekal untuk membela umat, juga tampil sebagai penjaga kebudayaan Islam.[30] Terbitnya media oleh partai-partai bernuansa isla bertujuan meluruskan aqidah/kepercayaan manusia yang banyak menyimpang dari kebenaran.

3. Majalah Digital

Majalah (magazine) berarti ageneral storehouse atau gudang yang berisi beraneka ragam informasi. Majalah adalah penerbitan prodical. Maksudnya alat komunikasi yang berbentuk publikasi yang terbit berkala.[31]

Majalah merupakan gabungan uraian fakta atau pendapat, yang dirangkai dalam satu wadah atau mata acara. Ada majalah yang isinya homogen, yang disebut majalah khusus, dan ada pula yang isinya

[29] Mohammad Ali Azis, *Ilmu Dakwah, edisi revisi* (Surabaya: IAIN Press, 2009), h.403
[30] Suf Kasman, *Jurnalisme Universal*, (Bandung: Teraju, 2004), h. 202
[31] Suf Kasman, *Jurnalisme Universal*, (Bandung: Teraju, 2004), h. 196

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

hiterogen yang disebut majalah umum. Majalah udara ini dapat menjadi mata acara yang sangat menarik minat khalayak karena tayangnya lebih beragam dan lebih leluasa diolah dengan materi yang selektif.

Apa itu Majalah Digital/ Digital Magazine? Pengertian Majalah Digital atau majalah online adalah sebuah majalah yang melalui tahap digitalisasi sehingga berbentuk Majalah Digital, berfungsi sebagai sarana informasi dan menjadikannya sebagai media komunikasi yang dapat diakses melalui internet. Seberapa pentingkah Majalah Digital atau majalah online? Apa keunggulan Majalah Digital atau majalah online bagi para konsumen baca yang benar-benar membutuhkan informasi yang tepat, tajam dan aktual.

Majalah Online atau Majalah Digital adalah satu produk kemajuan teknologi dalam bidang komunikasi dan informasi. Jika dulu anda hanya bisa membaca majalah pada umumnya dengan bahan baku kertas, sekarang majalah telah mengalami kemajuan dengan adanya proses digitalisasi majalah cetak kedalam bentuk majalah online atau yang lebih sering dikenal dengan sebutan Majalah Digital. Dengan adanya proses digitalisasi majalah cetak kedalam bentuk majalah online atau biasa dimengerti khalayak luas dengan sebutan e magazine, kini masyarakat penikmat berita termasuk anda dapat membaca segala jenis majalah sebagai media informasi dengan lebih mudah dan praktis.

Betapa tidak, dengan adanya Majalah Digital anda tidak perlu repot untuk membeli majalah tertentu yang ingin anda baca. Hanya dengan

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

mengakses nya melaui internet, anda bisa membaca majalah manapun yang anda minati dalam mendapatkan informasi dan berita terkini baik edisi majalah tertentu mulai dari yang terbaru sampai edisi lampau. Sekarang e magazine pun dapat anda akses juga dapat anda baca melalui gadgets dan smartpones yang anda miliki. Jadi, dimanapun dan kapanpun anda berada, anda dapat membaca majalah tertentu yang anda minati dengan mudah dan praktis guna mendapatkan informasi, berita dan tips terkini. Banyak sekali keuntungan yang bisa anda dapatkan dari bentuk majalah yang telah mengalami proses digitalisasi ini, salah satu keuntungan nya adalah anda dapat membaca nya terlebih dahulu sebelum edisi cetak nya diterbitkan.

Jika anda merasa heran mengapa hal tersebut bisa terjadi, tentu saja bisa. Majalah Digital memang benar lebih cepat terbit dibandingkan majalah cetak pada umumnya karena majalah online yang biasa disebut e magazine ini tidak memerlukan proses cetak sama sekali seperti apa yang dibutuhkan oleh majalah cetak lain nya sehingga proses terbit nya pun akan lebih cepat. Hal tersebut juga menjadi salah satu landasan bagi para penerbit majalah untuk beralih kepada majalah online karena majalah online dapat menjadi salah satu solusi untuk meringankan biaya produksi dikarenakan tidak memerlukan proses cetak sama sekali.

Setiap orang menyukai hal yang praktis dan mudah. Jika ada solusi terbaik untuk melakukan segala hal dengan praktis, lalu mengapa anda harus memilih yang rumit, benar begitu bukan? Hal serupa juga terjadi

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 mengakses informasi dan berita melalui majalah. Dengan canggih nya teknologi saat ini, membaca majalah pun dapat dilakukan dengan praktis dan mudah. Bagaimana caranya? Tentu saja dengan beralih untuk mengakses informasi dan berita melaui majalah online atau yang biasa dikenal dengan majalah digital. Ini adalah versi yang lebih modern dan canggih daripada majalah cetak karena format informasi dan berita yang terkandung di dalam nya telah mengalami proses digitalisasi kedalam bentuk file digital sehingga anda dapat mengakses nya melalui ponsel, smartpones, dan juga gadgets lain nya.

Dengan adanya majalah online atau majalah digital tentunya para publisher majalah pun beralih untuk menjalankan bisnis mereka dalam dunia penerbitan majalah online ketimbang majalah cetak. Hal tersebut dikarenakan mempublikasikan majalah digital tentu saja dapat meminimalkan biaya produksi karena majalah digital tidak memerlukan proses cetak sama sekali. Selain itu, khalayak luas juga lebih senang mengakses informasi dan berita melalui majalah digital.[32]

Di tengah arus teknologi internet yang makin berkembang, dijadikan masyarakat sebagai sarana untuk penyebaran dan pencarian informasi. Salah satunya melalui majalah dengan sistem online. Dan majalah dengan sistem online dianggap sebagai salah satu jenis media yang memiliki banyak kelebihan daripada media cetak atau media elektronik.

[32] https://dimasmultimedia.wordpress.com/2013/09/30/digital-magazine-online-magazine/ 12/12/2014

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

Beberapa kelebihan majalah dengan sistem online di antaranya adalah :

1. Majalah dengan sistem online memiliki kecepatan berita. Sebab, informasi yang disajikan berupa perkembangan informasi terkini. Hal ini berbeda dengan majalah cetak yang harus melewati proses produksi, sehingga informasi terkini menjadi tidak didapatkan.

   Dengan kemampuan untuk dapat mengupdate berita dengan lebih cepat maka keberadaan majalah dengan sistem online ini dapat mengakomodir kebutuhan manusia saat ini akan kemudahan dan kecepatan dari berita itu sendiri.

   Kehadiran majalah dengan sistem online memang sejalan dengan adanya kemudahan sistem internet dimana saat ini internet sudah seakan menjadi salah satu kebutuhan dasar alam kehidupan manusia.

   Internet sudah begitu dekat dengan kehidupan manusia. Kehidupan manusia semakin dibuat lebih mudah dengan adanya internet. Manusia saat ini yang memang memiliki kebutuhan akan cepatnya informasi dapat dipenuhi dengan adanya internet.

   Dengan interenet manusia dapat mengejar berita atau informasi apapun yang sedang terjadi di belahan bumi manapun dengan lebih cepat dan mudah. Jika dahulu dengan adanya berita dalam bentuk majalah konvensional, seseorang harus menunggu terbitnya berita tersebut secara berkala sesuai dengan kebijakan dari si penerbit majalah tersebut, maka saat ini hal ini tak perlu untuk dilakukan.

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

Untuk mendapatkan berita dengan lebih cepat maka seseorang hanya perlu untuk menghidupakan *gadget* mereka, duduk di depan layar komputer sambil menghubungkannya dengan sambungan internet. Secara sekejap maka apa yang ingin diketahui akan mudah diketahui. Informasi yang disajikan di majalah dengan sistem online ini sudah dapat dinikmati dengan mudah, cepat dan juga murah.

Seakan keberadaan sistem online yang begitu mendunia ini semakin memanjakan kehidupan manusia. Manusia di jaman yang serba moderen ini membutuhkan segala hal dapat dilakukan dengan lebih cepat termasuk pemerolehan berita dan informasi. Keberadaan sistem online ini secara jelas dan nyata memudahkan hal ini.

2. Tidak perlu berlangganan atau membeli untuk bisa membaca majalah dengan sistem online. Hal ini berbeda dengan majalah cetak, di mana untuk bisa membaca isi majalah tersebut kita harus membeli atau berlangganan.

   Inilah sisi ekonomis yang akan diperoleh dari keberadaan majalah dengan sistem online ini. biasanya untuk majalah konvensional, kita diperlukan untuk memesan atau menjadi pelanggan yang akan didistribusikan majalah itu kepada kita secara berkala menurut waktu terbitnya. Dan hal ini secara nyata pula akan membutuhkan anggaran dalam keuangan kita.

   Sedangkan dalam sistem online ini, kita tak perlu untuk melakukan hal ini, tidak ada sistem pemesanan majalah setiap waktu terbitnya. Karena

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

setiap saat kita sudah dapat untuk mengakses website majalah tersebut dan *mengupdate* semua informasi dan berita yang disajikan.

Dalam hal pengeluaran kita tak dibutuhkan untuk membayar sejumlah uang tertentu, karena dana yang kita butuhkan dalam mengakses majalah dengan sistem online ini adalah bagaimana kita mendapatkan sambungan atau koneksi internet. Dan hal ini akan dianggap jauh lebih murah. Karena dengan sejumlah uang untuk koneksi internet, kita tak hanya akan mendapatkan imbal balik dari kemampuan untuk mengakses majalah dengan sistem online ini saja namun kitapun masih dapat untuk mengakses segala hal dalam dunia online selama memang sambungan internet masih berjalan.

3. Berita majalah dengan sistem online disampaikan secara singkat dan jelas sehingga lebih mudah dipahami oleh pembaca. Penyajian berita memang disajikan dengan sangat memanjakan para pembacanya. Kata atau kalimat yang digunakan di setiap artikel memang padat dan jelas. Namun kepadatan dari setiap artikel yang ada mampu untuk mengakomodir setiap isi dari berita sehingga masih mampu untuk menghadirkan berita dengan jelas dan lengkap.

   Jikalau berita yang disajikan masih belum dapat memuaskan dari pihak pembaca maka pembaca masih dapat untuk mencari referensi dari topik yang dibaca di dalam sumber online yang lainnya.

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

Cukup mengetik ke *search engine* akan hal yang ingin diketahui maka semua informasi yang dibutuhkan sudah dapat tersajikan dan kita tinggal memilih mana yang akan kita baca.

Namun memang penyaji majalah ini akan memberikan banyak berita dalam topik yang sama. Semuanya akan diambil dari satu sisi yang berbeda. Setiap sisi ini akan dibahas dalam satu artikel yang berbeda namun kita masih diberikan link atau penghubung terhadap berita lain yang masih dalam satu topik. Dan hal ini akan memudahkan kita untuk mendapatkan berita tersebut.

Salah satu contohnya adalah kasus meninggalnya seorang anak di Jakarta akibat adanya tindakan pelecehan seksual yang dilakukan oleh ayahnya sendiri. Pihak majalah akan memberikan pembedaan atas berita yang dibuat.

Misalnya adalah dalam satu artikel membahas kronologi kematian dia, satu artikel lain membahas siapa orang yang bertanggung jawab atas kematiannya, satu artikel yang lain akan membahas bagaimana keadaan tubuhnya sampai ia meninggal.

Jika kita lihat dari pembagian subjek berita ini maka akan terlihat adanya banyak berita yang berbeda. Namun sejatinya semuanya masih dalam satu topik pembahasan hanya saja setiap artikel mengambil sisi atau tema yang lainnya. Hal ini sejatinya semakin memberikan kerincian akan berita yang disajikan.

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. Majalah dengan sistem online ini tak akan memberikan kesan yang menumpuk di salah satu ruangan rumah kita seperti halnya majalah konvensional. Karena memang majalah ini hanya akan tersimpan di *file gadget* kita.

   Untuk majalah konvensional biasanya sudah berbentuk lembaran kertas. Namun majalah dengan sistem online ini hnaya berupa *soft copy*. Dengan bentuk ini sejatinya akan lebih memudahkan kita untuk mencari berita yang kita inginkan.

   Di dalam majalah konvensional, jika kita ingin mencari satu berita tertentu, kita perlu untuk membolak-balik setiap edisi dari majalah tersebut dan mencarinya di setiap halaman. Namun hal ini tak perlu kita lakukan dalam majalah dengan sistem online ini.

   Yang perlu kita lakukan hanya melihat nama file yang sudah kita simpan di dalam folder majalah yang sudah kita beri nama. Kita tinggal melihat nama akan berita yang kita inginkan. Hal ini jika kita selalu setia untuk menyimpan setiap artikel yang disajikan di setiap rubrik dari majalah.

   Jika memang kita tak menyimpan setiap artikel ini maka ketika kita membutuhkan satu berita atau informasi tertentu maka yang kita butuhkan adalah hanya cukup mengetik akan berita tersebut di *search engine* dan seluruh berita yang ada akan tersajikan di sana.

   Pembaca bisa membaca majalah dengan sistem online di mana pun dan kapanpun tanpa harus tergantung pada sesuatu. Cukup menggunakan

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

perangkat media komputer atau telepon genggam (*handphone / gatget*) maka kita bisa memilih majalah online apa saja.

4. Pengertian Analisis Wacana

Pada dasarnya, analisis merupakan upaya yang dilakukan untuk mengungkap identitas objek analisis. Karena objek analisis wacana tidak pernah hadir sendirian, selalu disertai konteks, maka konteks merupakan penentu identitas objek analisis. Dalam hal ini kita memfokuskan objek kita pada salah satu media massa yang ada, yaitu majalah. Tetapi dengan mencoba menganalisis wacana tersebut, kita akan mengetahui motif/ideologi yang tersembunyi di balik teks berita tersebut secara sederhana, cara membaca yang lebih mendalam dan jauh ini disebut sebagai analisis wacana.

Istilah wacana adalah salah satu kata yang banyak disebut saat ini selain kata demokrasi, hak asasi manusia, masyarakat sipil, dan lingkungan hidup. Akan tetapi, seperti umumnya banyak kata semakin tinggi disebut dan dipakai kadang bukan makin jelas tetapi semakin membingungkan dan rancu. Ada yang mengartikan wacana sebagai unit bahasa yang lebih besar dari kalimat. Ada juga yang mengartikan sebagai pembicaraan atau diskursus. Kata wacana juga dipakai oleh banyak kalangan mulai dari studi bahasa, psikologi, sosiologi, politik, komunikasi, sastra dan lain sebagainya.

Ismail Marahimin mengartikan wacana sebagai “kemampuan untuk

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

maju (dalam pembahasan) menurut urut-urutan yang teratur dan semestinya", dan "komunikasi buah pikiran, baik lisan maupun tulisan, yang resmi dan teratur". Jika definisi ini kita pakai sebagai pegangan, maka dengan sendirinya semua tulisan yang teratur, yang menurut urut-urutan yang semestinya atau logis adalah wacana. Oleh karena itu, sebuah wacana harus mempunyai dua unsur penting, yakni kesatuan (*unity*) dan kepaduan (*coherence*).

Sebuah tulisan adalah sebuah wacana. Tetapi, apa yang dinamakan wacana itu tidak perlu hanya sesuatu yang tertulis seperti diterangkan dalam kamus Webster; sebuah pidato pun adalah wacana juga. Sementara itu, dalam pengertian yang lebih sederhana, wacana berarti cara objek atau ide yang diperbincangkan secara terbuka kepada publik sehingga menimbulkan pemahaman tertentu yang tersebar luas. Kleden menyebut wacana sebagai "Ucapan dalam mana seseorang pembicara menyampaikan sesuatu tentang sesuatu kepada pendengar". Wacana selalu mengandaikan pembicara atau penulis, apa yang dibicarakan, dan pendengar/pembaca. Bahasa merupakan mediasi dalam proses ini. Wacana itu sendiri, seperti dikatakan Tarigan, mencakup keempat tujuan penggunaan bahasa, yaitu "Ekspresi diri sendiri, eksposisi, sastra, dan persuasi".[33]

Dalam ilmu Komunikasi dan kajian media, analisis wacana diperkenalkan oleh Van Dijk dan Foutlogh. Dalam penelitian ini, peneliti dengan sengaja akan menggunakan analisis wacana model Van Dijk.

[33] *Ibid*, hal 10

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

5. Deskripsi Model Analisis Wacana Teun A. Van Dijk

Dari sekian banyak model analisis wacana yang diperkenalkan dan dikembangkan oleh beberapa ahli, adalah model Van Dijk yang paling banyak dipakai. Hal ini kemungkinan karena Van Dijk mampu mengelaborasi elemen-elemen wacana sehingga bisa didayagunakan dan dipakai secara praktis. Model yang dipakai oleh Van Dijk ini sering disebut sebagai "kognisi sosial".[34]

Nama pendekatan semacam ini tidak dapat dilepaskan dari karakteristik pendekatan yang diperkenalkan oleh Van Dijk. Menurut Van Dijk, penelitian atas wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis atas teks semata, karena teks hanya hasil dari suatu praktik produksi yang harus juga diamati. Ia juga melihat bagaimana struktur sosial, dominasi dan kelompok kekuasaan yang ada dalam masyarakat dan bagaimana kognisi/pikiran dan kesadaran yang membentuk dan berpengaruh terhadap teks tertentu.

Berbagai masalah yang kompleks dan rumit itulah yang coba digambarkan dalam model van Dijk. Bagaimana media menempatkan rasialisme itu sehingga tampak sebagai suatu kewajaran. Media membentuk konsensus dan pembenar bahwa seperti itulah kenyataannya. Wacana oleh Van Dijk digambarkan menjadi tiga dimensi/bangunan, yaitu teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Inti analisis Van Dijk adalah menggabungkan ketiga dimensi wacana tersebut ke dalam satu kesatuan

[34] Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media,* (Yogyakarta:LKIS,2006), hal 221

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

analisis. Dalam dimensi teks, yang diteliti adalah bagaimana struktur teks dan strategi wacana yang dipakai untuk menegaskan suatu tema tertentu. Model dari analisis van Dijk ini dapat digambarkan sebagai berikut :

Tabel.1
Model Analisis Wacana Van Dijk[35]

Jadi wacana tidak hanya ada begitu saja tetapi bagian dari struktur diskursif yang ada, yang dikenal sebagai Analisis Wacana Kritis (Critical Discourse Analysis). Analisis wacana termasuk dalam kategori paradigma kritis. Paradigma ini mempunyai pandangan tertentu bagaimana media, dan pada akhirnya berita harus dipahami dalam keseluruhan proses produksi dan struktur sosial.

a) Teks

Van Dijk melihat suatu teks terdiri atas beberapa struktur/tingkatan yang masing-masing bagian saling mendukung. Ia membaginya ke dalam tiga tingkatan. Pertama, struktur makro. Ini merupakan makna global/umum dari suatu teks yang dapat diamati dengan melihat topik atau tema yang dikedepankan dalam suatu berita.

[35] *Ibid*, hal 225

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

Kedua, superstruktur. Ini merupakan struktur wacana yang berhubungan dengan kerangka suatu teks, bagaimana bagian-bagian teks tersusun ke dalam berita secara utuh. Ketiga, struktur mikro adalah makna wacana yang dapat diamati dari bagian kecil dari suatu teks yakni kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, parafrase, dan gambar.

Teks adalah sebuah objek kenikmatan, sebagaimana diproklamirkannya dalam buku *Sade / Fourier / Loyola*: "*The text is an object of pleasure*. (Teks adalah objek kenikmatan)". Sebuah kenikmatan dalam pembacaan sebuah teks adalah kesenangan kala menyusuri halaman demi halaman objek yang dibaca. Sebentuk keasyikan tercipta yang hanya dirasakan oleh si pembaca itu sendiri. Kenikmatan yang dimaksud Barthes, selain pada ranah bahasa (teks), juga terkait dengan tubuh. Dalam *The Pleasure Of The Text*, Barthes menunjukkan bahwa konsep kenikmatan yang dianutnya menyangkut atau berada dalam rangka aktivitas semiologi maupun analisis tekstual.

Teks juga bisa kita artikan sebagai "seperangkat tanda yang ditransmisikan dari seorang pengirim kepada seorang penerima melalui medium tertentu dan kode-kode tertentu". Teun Van Dijk melihat teks terdiri dari beberapa struktur atau tingkatan, yang masing-masing bagian saling mendukung seperti pada tabel berikut ini :

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

Struktur Makro Makna global dari suatu teks yang dapat diamati dari topik/tema yang diangkat oleh suatu teks
Superstruktur Kerangka suatu teks, seperti bagian pendahuluan, isi, penutup, dan kesimpulan
Struktur Mikro Makna lokal dari suatu teks yang dapat diamati dari pilihan kata, kalimat dan gaya yang dipakai oleh suatu teks

Tabel. 2
Struktur Teks Wacana Van Dijk[36]

b) Kognisi Sosial

Analisis wacana tidak hanya membatasi perhatiannya pada struktur teks, tetapi juga bagaimana suatu teks diproduksi. Van Dijk menawarkan suatu analisis yang disebut sebagai kognisi sosial. Menurut Van Dijk, kognisi sosial terutama dihubungkan dengan proses produksi suatu berita amatlah penting. Proses terbentuknya teks ini tidak hanya bermakna bagaimana suatu teks itu dibentuk, proses ini juga memasukkan informasi yang digunakan untuk menulis dari suatu bentuk wacana tertentu, seperti dari wawancara, laporan, konferensi pers atau debat parlemen. Proses itu juga memasukkan didalamnya bagaimana peristiwa ditafsirkan, disimpulkan, dan dimaknai oleh wartawan yang akan ditulis dalam sebuah berita.[37]

Dalam pandangan Van Dijk dijelaskan bahwa produksi berita

[36] Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media,* Yogyakarta: LKIS,2006), hal 227
[37] *Ibid*, hal 266

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

sebagian besar dan terutama terjadi pada proses mental dalam kognisi seorang wartawan. Semua proses memahami dan memaknai peristiwa terutama terjadi pada kognisi sosial wartawan. Oleh karena itu, untuk mengetahui kenapa suatu berita cenderung seperti itu, atau kenapa peristiwa tertentu dimaknai dan dipahami dalam pengertian tertentu, dibutuhkan analisis kognisi sosial untuk menemukan struktur mental wartawan ketika memahami suatu peristiwa. Hal yang sama terjadi pada diri khalayak yang membaca suatu teks berita. Konstruksi khalayak atas suatu peristiwa akan mempengaruhi pembacaan dan pemahaman mereka atas berita yang ditulis oleh seorang wartawan.

Meskipun terlihat bersifat individual, bukan berarti pendekatan van Dijk bersifat personal dan mengabaikan faktor sosial. Hal ini karena individu pada dasarnya tidak hidup dalam ruang hampa yang tersendiri, tetapi pemikiran dan penafsirannya banyak dipengaruhi oleh nilai-nilai atau kepercayaan yang diterimanya sebagai bagian dari anggota komunitas masyarakat.

c) Konteks

Antara teks, konteks, dan wacana merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan. Guy Cook, misalnya menyebut ada tiga hal yang sentral dalam pengertian wacana : *teks*, *konteks*, dan *wacana*. Cook mengartikan teks sebagai semua bentuk bahasa bukan hanya kata-kata yang tercetak di lembar kertas, tetapi juga semua jenis

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

ekspresi, komunikasi, ucapan, musik, gambar, efek suara, citra, dan sebagainya. Konteks memasukkan semua situasi dan hal yang berada di luar teks dan mempengaruhi pemakaian bahasa, seperti partisipan dalam bahasa, situasi dimana teks tersebut diproduksi, fungsi yang dimaksudkan, dan sebagainya.

Titik perhatian dari analisis wacana adalah menggambarkan teks dan konteks secara bersama-sama dalam suatu proses komunikasi. Di sini, dibutuhkan tidak hanya proses kognisi dalam arti umum, tetapi juga gambaran spesifik dari budaya yang dibawa. Studi mengenai bahasa di sini, memasukkan konteks, karena bahasa selalu berada dalam konteks, dan tidak ada tindakan komunikasi tanpa partisipan, interteks, situasi, dan sebagainya.[38]

Pada dasarnya, konteks pemakaian bahasa dapat dibedakan menjadi empat macam, yaitu : (1) konteks fisik (*physical context*) yang meliputi tempat terjadinya pemakaian bahasa dalam suatu komunikasi, objek yang disajikan dalam peristiwa komunikasi itu dan tindakan atau perilaku dari para peran dalam peristiwa komunikasi itu; (2) konteks epistemis (*epistemic context*) atau latar belakang pengetahuan yang sama- sama diketahui oleh pembicara maupun pendengar; (3) konteks linguistik (*linguistics context*) yang terdiri atas kalimat-kalimat atau tuturan-tuturan yang mendahului satu kalimat atau tuturan tertentu dalam peristiwa komunikasi; dan (4) konteks sosial (*social context*)

[38] *Ibid*, hal 56

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

yaitu relasi sosial dan lattar setting yang melengkapi hubungan antara pembicara (penutur) dengan pendengar.

6. Elemen-Elemen Analisis Wacana Teun A. Van Dijk

Penulis menggunakan elemen-elemen analisi wacana Teun A. Van Dijk untuk mempermudah dalam menjelaskan makna yang terkandung dalam teks.

Pemakaian kata, kalimat, proposisi, retorika tertentu oleh media dipahami van Dijk sebagai bagian dari strategi wartawan. Pemakaian kata-kata tertentu, kalimat, gaya tertentu bukan semata-mata dipandang sebagai cara berkomunikasi, melainkan suatu cara untuk mempengaruhi pendapat umum, menciptakan dukungan, memperkuat legitimasi, dan menyingkirkan lawan atau penentang. Struktur wacana adalah cara yang efektif untuk melihat proses retorika dan persuasi yang dijalankan ketika seseorang menyampaikan pesan. Kata-kata tertentu mungkin dipilih untuk mempertegas pilihan dan sikap, membentuk kesadaran politik, dan sebagainya. Berikut akan digambarkan elemen wacana van Dijk :

Tabel. 3

Elemen – Elemen Struktur Wacana Teun A. Van Dijk[39]

Struktur Wacana	Hal Yang Diamati	Elemen
Struktur Makro	Tematik : Tema/Topik yang dikedepankan dalam suatu berita.	Topik
Superstruktur	Skematik : Bagaimana	Skema

[39] Eriyanto, *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media,* Yogyakarta: LKIS,2006), hal 228-229

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

	bagian dan urutan berita diskemakan dalam teks berita utuh.	
Struktur Mikro	Semantik : Makna yang ingin ditekankan dalam teks berita. Misal dengan memberi detil pada satu sisi atau membuat eksplisit satu sisi dan mengurangi detil sisi lain.	Latar, Detil, Maksud, Pra-anggapan, Nominalisasi
Struktur Mikro	Sintaksis : Bagaimana kalimat (bentuk, susunan) yang dipilih.	Bentuk kalimat, Koherensi, Kata Ganti
Struktur Mikro	Stilistik : Bagaimana pilihan kata yang dipakai dalam teks berita.	Leksikon
Struktur Mikro	Retoris : Bagaimana dan dengan cara penekanan dilakukan.	Grafis, Metafora, Ekspresi

Dalam pandangan van Dijk, segala teks bisa dianalisis dengan menggunakan elemen tersebut. Meski terdiri atas berbagai elemen, semua elemen itu merupakan suatu kesatuan yang saling berhubungan dan mendukung satu sama lainnya.[40] Untuk mendapat gambaran yang lebih jelas dari elemen-elemen struktur wacana tersebut, berikut ini akan dijelaskan secara singkat agar mudah dipahami oleh para pembaca :

a. Tematik

Elemen tematik menunjuk pada gambaran umum dari suatu teks. Bisa juga disebut sebagai gagasan inti, ringkasan, atau yang utama dari suatu teks. Topik menggambarkan apa yang ingin diungkapkan oleh penulis dalam tulisannya. Topik menunjukkan konsep dominan, sentral, dan paling penting dari isi suatu berita. Oleh

[40] Alex Sobur, *Analisis Teks Media,* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya,2001), hal 74

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

karena itu, ia sering disebut sebagai tema atau topik. Secara harfiah *tema* berarti "sesuatu yang telah diuraikan", atau "sesuatu yang telah ditempatkan". Kata ini berasal dari kata Yunani *tithenai* yang berarti 'menempatkan' atau 'melekatkan'. Dilihat dari sudut sebuah tulisan yang telah selesai, tema adalah *suatu amanat utama yang disampaikan oleh penulis melalui tulisannya*.[41]

Sebuah tema bukan merupakan hasil dari seperangkat elemen yang spesifik, melainkan wujud-wujud kesatuan yang dapat kita lihat dalam teks atau bagi cara-cara yang kita lalui agar beraneka kode dapat terkumpul dan koheren. Kata *tema* kerap disandingkan dengan apa yang disebut *topik*. Kata topik berasal dari kata Yunani *topoi* yang berarti tempat. Aristoteles, yang dianggap sebagai salah seorang tokoh retorika zaman klasik, menegaskan bahwa untuk membuktikan sesuatu mula-mula harus ditentukan dan dibatasi *topoi* 'tempat' berlangsungnya suatu peristiwa.

Teun A. van Dijk mendefinisikan topik sebagai struktur makro dari suatu wacana. Dari topik, kita bisa mengetahui masalah dan tindakan yang diambil komunikator dalam mengatasi suatu masalah. Tindakan, keputusan, atau pendapat dapat diamati pada struktur makro dari suatu wacana. Misalnya, apa yang dilakukan, pembuatan keputusan/kebijakan, mengontrol atau melawan oposisi dan sebagainya. Struktor makro juga memberikan pandangan apa yang

[41] *Ibid*, hal 75

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

akan dilakukan untuk mengatasi suatu masalah. Gagasan penting van Dijk, wacana umumnya dibentuk dalam tata aturan umum (*macrorule*). Teks tidak hanya didefinisikan mencerminkan suatu pandangan tertentu atau topik tertentu, tetapi suatu pandangan umum yang koheren. Van Dijk menyebut hal ini sebagai koherensi global (*global coherence*), yakni bagian-bagian dalam teks kalau diruntut menunjuk pada suatu titik gagasan umum, dan bagian-bagian itu saling mendukung satu sama lain untuk menggambarkan topik umum tersebut.

b. Skematik

Teks atau wacana umumnya mempunyai skema atau alur dari pendahuluan sampai akhir. Alur tersebut menunjukkan bagaimana bagian- bagian dalam teks disusun dan diurutkan sehingga membentuk kesatuan arti. Wacana percakapan sehari-hari, misalnya mempunyai skema salam perkenalan, isi pembicaraan, dan salam penutup / perpisahan. Wacana pengetahuan seperti dalam jurnal atau tulisan ilmiah juga mempunyai skematik, ditunjukkan dengan skema seperti abstraksi, latar belakang, masalah, tujuan, hipotesis, isi, dan kesimpulan. Berita juga mempunyai skematik meskipun tidak disusun dengan kerangka yang linear seperti halnya tulisan dalam jurnal ilmiah.

Dalam konteks penyajian berita, meskipun mempunyai bentuk dan skema yang beraneka ragam, berita umumnya secara hipotetik mempunyai dua kategori skema besar, yaitu pertama, *summary* yang

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

umumnya ditandai dengan dua elemen yakni *judul* dan *lead* (teras berita). Elemen skema ini merupakan elemen yang dipandang paling penting. Kedua, *story* yakni isi berita secara keseluruhan. Berkenaan dengan judul berita, biasanya judul dibuat semenarik mungkin, *to attrack the reader*. Judul berita (*head line*) pada dasarnya mempunyai tiga fungsi, yaitu mengiklankan cerita atau berita, meringkaskan atau mengikhtisarkan cerita, dan memperbagus halaman surat kabar. Dalam judul berita tidak diizinkan mencantumkan sesuatu yang bersifat pendapat atau opini.

Elemen skema lainnya adalah apa yang disebut *lead*. Tiap berita terdiri atas dua bagian, yaitu teras berita (*lead*) dan tubuh berita (*body*). Kunci untuk penulisan berita yang baik, sebagaimana halnya penulisan feature, terletak pada paragraf pertama, yaitu lead. Setiap penulis selalu sadar akan perlunya *lead*. Begitu pentingnya penulisan lead, sehingga banyak penulis yang terpaku agak lama di depan komputernya untuk mencari dan memilih bagian mana yang paling pokok dalam suatu berita untuk diajdikan *lead*.

Menurut van Dijk, arti penting dari skematik adalah strategi wartawan untuk mendukung topik tertentu yang ingin disampaikan dengan menyusun bagian-bagian dengan urutan-urutan tertentu. Skematik memberikan tekanan mana yang didahulukan, dan bagian mana yang bisa kemudian sebagai strategi untuk menyembunyikan informasi penting.

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. Semantik

Yang penting dalam analisis wacana adalah makna yang ditunjukkan oleh struktur teks. Dalam studi linguistik konvensional, makna kata dihubungkan dengan arti yang terdapat dalam kamus, sedangkan dalam analisis wacana, makna kata adalah praktik yang ingin dikomunikasikan sebagai suatu strategi.

Dalam pengertian umum, *semantik* adalah disiplin ilmu bahasa yang menelaah makna satuan lingual, baik makna leksikal maupun makna gramatikal. Makna leksikal adalah makna unit semantik yang terkecil yang disebut leksem, sedangkan makna gramatikal adalah makna yang berbentuk dari penggabungan satuan-satuan kebahasaan. Semantik dalam skema Van Dijk dikategorikan sebagai makna lokal (*local meaning*), yakni makna yang muncul dari hubungan antarkalimat, hubungan antarproposisi yang membangun makna tertentu dalam suatu bangunan teks.

Semua strategi *semantik* selalu dimaksudkan untuk menggambarkan diri sendiri atau kelompok sendiri secara positif; sebaliknya, menggambarkan kelompok lain secara buruk, sehingga menghasilkan makna yang berlawanan. Kebaikan atau hal-hal yang positif mengenai diri sendiri digambarkan dengan detail yang besar, eksplisit, langsung dan jelas. Sebaliknya, ketika menggambarkan kebaikan kelompok lain disajikan dengan detail pendek, implisit, dan samar-samar. Berikut elemen-elemen semantik diantaranya adalah :

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

1. *Latar*, merupakan elemen wacana yang dapat menjadi alasan pembenar gagasan yang diajukan dalam suatu teks. Latar adalah bagian berita yang dapat mempengaruhi *semantik* (arti) yang ingin ditampilkan. Seorang wartawan ketika menulis berita biasanya mengemukakan latar belakang atas peristiwa yang ditulis. Latar yang dipilih akan menentukan ke arah mana pandangan khalayak hendak dibawa. Oleh karena itu, latar membantu menyelidiki bagaimana seseorang memberi pemaknaan atas suatu peristiwa.
2. *Detail*, elemen wacana detail berhubungan dengan kontrol informasi yang ditampilkan seseorang (komunikator). Komunikator akan menampilkan secara berlebihan informasi yang menguntungkan dirinya atau citra yang baik. Sebaliknya, ia akan menampilkan informasi dalam jumlah sedikit (bahkan kalau perlu tidak disampaikan) kalau hal itu merugikan kedudukannya. Hal ini merupakan strategi bagaimana wartawan mengekspresikan sikapnya dengan cara yang implisit.
3. *Maksud*, elemen ini melihat informasi yang menguntungkan komunikator akan diuraikan secara eksplisit dan jelas. Sebaliknya, informasi yang merugikan akan diuraikan secara tersamar, implisit, dan tersembunyi. Tujuan akhirnya kepada publik hanya disajikan informasi yang menguntungkan komunikator.
4. *Pengandaian* (*presupposition*), adalah strategi lain yang dapat memberi citra tertentu ketika diterima khalayak. Elemen wacana

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

pengandaian merupakan pernyataan yang digunakan untuk mendukung makna suatu teks. *Pengandaian* hadir dengan memberi pernyataan yang dipandang terpercaya dan karenanya tidak perlu dipertanyakan. Hampir mirip dengan elemen *pengandaian* adalah elemen *penalaran*, elemen yang digunakan untuk memberi basis nasional, sehingga teks yang disajikan komunikator tampak benar dan meyakinkan.[42]

d. Sintaksis

Strategi untuk menampilkan diri sendiri secara positif dan lawan secara negatif, itu juga dilakukan dengan manipulasi politik menggunakan *sintaksis* (kalimat) seperti pada pemakaian kata ganti, aturan tata kata, pemakaian kategori *sintaksis* yang spesifik, pemakaian kalimat aktif atau pasif, peletakan anak kalimat, pemakaian kalimat yang kompleks dan sebagainya.

Secara etimologis, kata sintaksis berasal dari kata Yunani (*sun* =‘dengan’ + *tattein* = ‘menempatkan’). Jadi, kata sintaksis secara etimologis berarti menempatkan bersama-sama kata-kata menjadi kelompok kata atau kalimat. Berikut akan disampaikan bagian-bagian dalam struktur sintaksis adalah sebagai berikut :

a. *Koherensi* adalah pertalian atau jalinan antarkata, proposisi atau kalimat. Dua buah kalimat yang menggambarkan fakta yang

[42] Alex Sobur, *Analisis Teks Media,* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya,2001), hal 79

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

berbeda dapat dihubungkan sehingga akan tampak koheren. Sehingga, fakta yang tidak berhubungan sekalipun dapat menjadi berhubungan ketika komunikator menghubungkannya. Koherensi dapat juga dihubungkan melalui hubungan sebab akibat.

b. *Bentuk kalimat* adalah segi sintaksis yang berhubungan dengan cara berpikir logis, yaitu prinsip kausalitas. Bentuk kalimat ini bukan hanya persoalan teknis kebenaran tata bahasa, tetapi menentukan makna yang dibentuk oleh susunan kalimat. Dalam kalimat yang berstruktur aktif, seseorang menjadi subjek dari pernyataannya, sedangkan dalam kalimat pasif, seseorang menjadi objek dari pernyataannya.

c. *Kata ganti* adalah elemen untuk memanipulasi bahasa dengan menciptakan suatu komunitas imajinatif. Merupakan suatu gejala universal bahwa dalam berbahasa sebuah kata yang mengacu kepada manusia, benda, atau hal, tidak akan dipergunakan berulang kali dalam sebuah konteks yang sama. Pengulangan kata yang sama tanpa suatu tujuan yang jelas akan menimbulkan rasa yang kurang enak.

e. Stilistik

Pusat perhatian stilistika adalah *style*, yaitu cara yang digunakan seorang pembicara atau penulis untuk menyatakan maksudnya dengan menggunakan bahasa sebagai sarana. Dengan

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

demikian, *style* dapat diterjemahkan sebagai gaya bahasa. Gaya bahasa mencakup diksi atau pilihan leksikal, struktur kalimat, majas dan citraan, pola rima, matra yang digunakan seorang sastrawan yang terdapat dalam sebuah karya sastra. Elemen pemilihan leksikal pada dasarnya menandakan bagaimana seseorang melakukan pemilihan kata atau frase atas berbagai kemungkinan kata atau frase yang tersedia. Pilhan kata-kata atau frase yang dipakai akan menunjukkan sikap dan ideologi tertentu. Peristiwa sama dapat digambarkan dengan pilihan kata yang berbeda-beda.

f. Retoris

Strategi dalam level retoris di sini adalah *gaya* yang diungkapkan ketika seseorang berbicara atau menulis. Misalnya, dengan pemakaian kata yang berlebihan (hiperbolik), atau bertele-tele. Retoris mempunyai fungsi persuasif, dan berhubungan erat dengan bagaimana pesan itu ingin disampaikan kepada khalayak. Pemakaian diantaranya dengan menggunakan gaya repetisi (pengulangan), aliterasi (pemakaian kata-kata yang permulaannya sama bunyinya seperti sajak), sebagai suatu strategi untuk menarik perhatian, atau untuk menekankan sisi tertentu agar diperhatikan oleh khalayak. Bentuk gaya retoris lain adalah ejekan (ironi) dan metonomi. Tujuannya adalah melebihkan sesuatu yang positif mengenai diri sendiri dan melebihkan keburukan pihak lawan.

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

Berikut akan disampaikan strategi lain pada level struktur retoris ini antara lain :

a. Ekspresi : dimaksudkan untuk membantu menonjolkan atau menghilangkan bagian tertentu dari teks yang disampaikan dan memperkuat argumentasi. Elemen ini merupakan bagian untuk memeriksa apa yang ditekankan atau ditonjolkan (yang berarti dianggap penting) oleh seseorang yang dapat diamati dari sebuah teks.
b. Grafis : merupakan bagian penting untuk memeriksa apa yang ditekankan oleh seseorang yang dapat diamati dari teks. Dalam wacana berita, grafis ini biasanya muncul lewat bagian tulisan yang dibuat lain dibandingkan dengan tulisan lain. Dalam teks tertulis, ekspresi ini muncul misalnya dalam bentuk grafis, gambar, foto, raster, atau tabel untuk mendukung gagasan atau untuk bagian lain yang tidak ingin ditonjolkan.
c. Metafora : dalam suatu wacana, seorang komunikator tidak hanya menyampaikan pesan pokok, tetapi juga kiasan, ungkapan, metafora yang dimaksudkan sebagai ornamen atau bumbu dari suatu teks.

B. Kajian Teoretik

Merujuk pada kajian pustaka yang telah dijelaskan di atas, maka pada kegiatan ini menjelaskan model kajian teoritik yang berfungsi sebagai

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

penuntun alur dalam penelitian ini, yaitu tentang "Pesan Dakwah Majalah Digital Al-Falah rubrik Kajian Bedah Hadits edisi 317 – 319".

Menurut teori jarum suntik (*hypodermic needle*) atau bisa juga disebut teori peluru, proses ini berlangsung ketika komunikator mengoperkan atau "melemparkan" dengan bibir kalau lisan atau dengan tangan kalau tulisan. Penangkapan pesan itu dapat dilakukan dengan indera telinga atau mata serta indera-indera lainnya. Adakalanya komunikasi tersebar dalam jumlah relatif banyak. Sehingga untuk menjangkaunya diperlukan suatu media atau sarana. Dalam situasi ini dinamakan komunikasi massa.[43]

Teori ini tidak jauh berbeda dengan teori SDR, teori ini juga menganggap bahwa proses komunikasi dilakukan karena ingin mendapatkan respon. Jadi intinya bahwa komunikator (dalam teori *hypodermic needle* serta SDR lebih merusak pada media). Mempunyai efek yang kuat secara langsung dan cepat terhadap komunikannya. Sehingga media diibaratkan sebagai jarum suntik yang memiliki kapasitas sebagai perangsang (S) dan menghasilkan tanggapan yang kuat (R).[44]

Media massa dalam sejarahnya pernah memiliki kemampuan yang luar biasa dalam mempengaruhi seseorang mulai dari proses kognitif hingga menuntun perilaku kita. Tapi hal ini terjadi pada zaman perang, dimana penguasa menjadikan media massa sebagai alat propaganda untuk menakuti musuh dan menciptakan loyalitas rakyat untuk mendukung kebijakan

---

[43] Yahya, *Model-model Komunikasi Teori-teori Komunikasi Pada Tahap Awal*. (WW4. Yuwie.com /Blog/ Entri. Asp, 2003). 11 Hilton Wamabe, Tec hiltonwanabe.blog.Frienster.com. November 2007.

[44] Hilton Wamabe, Teori-teori Jarum Suntik/ Hipodermic Needle, (http ://

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

penguasa. Model komunikasi massa yang berlaku pada saat itu adalah model linear, yaitu komunikator menyebarluaskan pesan melalui media massa yang ditujukan kepada khalayak. Pada waktu itu, khalayak dianggap hanya sekumpulan orang (rakyat) yang homogen dan tidak berdaya. Sehingga pesan-pesan yang disampaikan pada mereka akan selalu diterima. Fenomena ini kemudian melahirkan teori yang dalam ilmu komunikasi dikenal dengan teori jarum suntik (*hypodermic needle*). Inilah teori yang menganggap media massa memiliki kemampuan power full dalam mempengaruhi seseorang. [45]

Dampak atau pengaruh yang terjadi akibat suatu reaksi tertentu dari rangsangan tertentu. Dengan demikian, besar kecilnya pengaruh serta dalam bentuk apa pengaruh tersebut terjadi tergentung pada isi dan penyajian stimulus. Unsur-unsur dalam model ini adalah :

1. Pesan (stimulus) merupakan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan yang disampaikan tersebut dapat berupa tanda atau lambang.
2. Organism merupakan keadaan komunikan disaat menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator. Perhatian disini diartikan bahwa komunikan akan memperhatikan setiap pesan yang disampaikan melalui tanda dan lambang selanjutnya komunikan mencoba untuk mengartikan dan memahami setiap pesan yang disampaikan.
3. Efek (*response*) merupakan dampak dari komunikasi efek dan komunikasi adalah perubahan sikap yaitu efektif, kognitif dan konatif. Efek kognitif

[45] Asmar Abdullah, *Media Massa seperti Jarum Suntik*. (http :// en. Wordpress.com / tag/ teori - jarum Suntik, diaskes 7 April 2009).

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

merupakan efek yang ditimbulkan setelah adanya komunikasi. Efek kognitif berarti bahwa setiap informasi menjadi bahan pengetahuan bagi komunikan.

C. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Dari hasil pengamatan peneliti, telah cukup banyak hasil penelitian (dalam bentuk skripsi) yang memfokuskan pada pesan-pesan komunikasi dakwah, baik yang terdapat dalam majalah maupun surat kabar lainnya. Namun di antara beragamnya hasil penelitian tersebut, tidak ada satupun yang mengkaji mengenai " Pesan Dakwah Majalah Digital Al-Falah Rubrik Kajian Bedah Hadits " Oleh sebab itu, peneliti sengaja melakukan untuk menambah "koleksi" berdasarkan hasil-hasil penulis yang terkait erat dengan upaya melakukan penelitian terhadap pesan-pesan komunikasi tersebut, khususnya penelitian dalam media cetak konvesional maupun media cetak online yang pernah disusun oleh beberapa peneliti sebelumnya antara lain :

1. Novan Andrianto adalah mahasiswa dari Program Studi Ilmu Komunikasi mengangkat tema : "Optimalisasi Website IAIN Sunan Ampel sebagai Wadah Informasi Akademika (www.sunan-ampel.ac.id)" yang menggunakan metode pengkajian dengan pendekatan kualitatif dengan tipe atau jenis riset deskriptif.

   Sedangkan Asmawi (penulis), judul : Pesan Dakwah Majalah Digital Al-Falah 'Rubrik Kajian Bedah Hadits Edisi 317 – 319' dengan pendekatan kualitatif menggunakan analisis wacana Teun A. Van Dijk.

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. Muhammad Anwar adalah mahasiswa dari Jurusan Bimbingan dan Konseling Islam mengangkat tema : "Penggunaan Layanan Bimbingan dan Konseling Islam Online (Content Analysis Media Online Dalam Proses Bimbingan dan Konseling Islam di SeBAYA PKBI Jatim)" dengan menggunakan pendekatan *content analysis* (Analisis isi)

   Sedangkan Asmawi (penulis), judul : Pesan Dakwah Majalah Digital Al-Falah 'Rubrik Kajian Bedah Hadits Edisi 317 – 319' dengan pendekatan kualitatif menggunakan analisis wacana Teun A. Van Dijk.
3. Ali Murtadlo Mahasiswa mahasiswa Fakultas Dakwah menggunakan penelitian kualitatif analisis isi dengan judul "Pesan Dakwah yang Terkandung dalam Rubrik Jum'atan Edisi Bulan Januari – Maret 2004" yang mengupas tentang implementasi dan hasil dari sebuah keimanan dan syari'at yang mengupas hakikat shalat Jum'at dan pesan dakwah moral.

   Sedangkan Asmawi (penulis), judul : Pesan Dakwah Majalah Digital Al-Falah 'Rubrik Kajian Bedah Hadits Edisi 317 – 319' dengan pendekatan kualitatif menggunakan analisis wacana Teun A. Van Dijk.

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