

BAB II

KERANGKA TEORITIK

A. Kajian Pustaka

1. Pesan Dakwah

Pesan (Message) adalah sesuatu yang disampaikan dari seseorang (Komunikator) kepada orang lain (Komunikan) yang dapat berupa buah pikiran keterangan sebuah sikap.¹⁶

Pesan atau pernyataan manusia, apapun bentuknya, pada hakikatnya merupakan hasil pengolahan manusia tersebut terhadap data, fakta, dan peristiwa yang terjadi di alam semesta ini, dan atas kehendak manusia itu sendiri disampaikannya kepada orang lain, dengan tujuan untuk memberitahu, menyampaikan informasi, mendidik, dan lain sebagainya, yang pada prinsipnya agar orang lain berubah sikap, sifat, pendapat, dan perilakunya sesuai dengan kehendak pengirim pesan atau pernyataan tersebut.¹⁷

Dakwah adalah mendorong (memotivasi) umat manusia agar melaksanakan kebaikan dan mengikuti petunjuk serta memerintahkan berbuat *ma'ruf* dan mencegah dari perbuatan *munkar* supaya memperoleh kebahagiaan dunia dan akhirat.¹⁸ Sedangkan dakwah menurut H.S.M. Nasarudin Latif dalam buku teori dan praktek dakwah Islamiyah menyatakan dakwah adalah setiap aktifitas dan usaha baik itu dengan lisan maupun tulisan yang bersifat menyeru, mengajak,

¹⁶ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), h. 19.

¹⁷ Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), h. 80.

¹⁸ Muhammad Sulthon, *Desain Ilmu Dakwah*, (Semarang: Pustaka Pelajar, 2003), h. 19.

memanggil manusia lainnya untuk beriman dan mentaati Allah SWT sesuai dengan garis-garis aqidah dan syariah Islamiyah.¹⁹

Pesan dakwah itu sendiri adalah sesuatu yang disampaikan dari *da'i* kepada *mad'u*. Dalam ilmu komunikasi, pesan dakwah adalah *message*, yaitu simbol-simbol. Dalam literatur Bahasa Arab, pesan dakwah disebut *maudlu' al-da'wah*. Pada prinsipnya, pesan apapun dapat dijadikan sebagai pesan dakwah selama tidak bertentangan dengan sumber utamanya, yaitu Al-Quran dan Hadist. Dengan demikian, semua pesan yang bertentangan terhadap Al-Quran dan Hadist tidak dapat disebut pesan dakwah.²⁰

a. Al Quran

Al Quran adalah mu'jizat yang diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW yang tertulis dalam mushaf yang diriwayatkan dengan cara *mutawatir* dan bernilai ibadah bagi yang membacanya.²¹

b. Hadist

Menurut bahasa artinya yang baru. Sedangkan dalam istilah ahli hadist, artinya khabaran yang berisi ucapan, perbuatan, kelakuan, sifat atau kebenaran, yang orang katakan dari Nabi SAW.²²

Berkaitan dengan pesan-pesan yang bersumber pada Al-Quran dan Hadist dalam dakwah, pesan-pesan itu masuk dalam unsur materi dakwah. Materi

¹⁹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Media Group, 2009), h. 5.

²⁰ Ibid, Ali Aziz, *Ilmu Dakwah.....*, h. 319.

²¹ Zaky Mubarak Latif, dkk., *Aqidah Islam*, (Jogjakarta: UII Press, 2001), h. 68.

²² A. Qadir Hasan, *Ilmu Mushthalahah Hadist*, (Bandung : CV Diponegoro, 2007), h. 17.

dakwah sebagai pesan dakwah merupakan isi ajakan, anjuran dan ide gerakan dalam rangka mencapai tujuan dakwah. Sebagai isi ajakan dan ide gerakan dimaksudkan agar manusia mau menerima dan memahami serta mengikuti ajaran tersebut, sehingga ajaran islam ini benar-benar diketahui, difahami, dihayati dan selanjutnya diamalkan sebagai pedoman hidup dan kehidupannya.²³

Pada dasarnya materi dakwah dapat diklarifikasikan menjadi tiga hal pokok, yaitu:²⁴

- a. Masalah keimanan (Aqidah)
- b. Masalah keislaman (Syari'ah)
- c. Masalah budi pekerti (Akhlak)

- a. Aqidah

Dari segi bahasa, aqidah berarti *al aqdu* “ikatan, *at tautsiiqu* kepercayaan atau keyakinan yang kuat”. Sementara itu dari segi istilah adalah mengikrarkan dengan lisan, meyakini dalam hati dan mengamalkan apa yang diimani dalam perbuatan sehari-hari. Aqidah adalah merupakan fondasi ajaran islam yang sifatnya pasti dan mutlak kebenarannya. Pembahasan ini berkisar pada aqidah yang terumuskan dalam rukun iman yang enam yaitu, iman kepada Allah, iman kepada Malaikat Allah, iman kepada kitab-kitab Allah, iman kepada Rasul-rasulNya, iman kepada hari akhir dan iman kepada Qada' dan Qadar Allah.²⁵

²³ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al Ikhlas, 1983), h.60.

²⁴ Ibid, h. 60.

²⁵ Zaky Mubarak Latif, dkk., *Akidah Islam*, (Jogjakarta: UII Press, 2001), h. 78-79.

b. Syari'ah

Dari segi bahasa syari'ah berarti “jalan yang harus dilalui”, adapun menurut istilah adalah ketentuan hukum Allah yang mengatur hubungan manusia dengan Allah, hubungan manusia dengan manusia, manusia dengan alam. Syari'ah dapat dibagi menjadi beberapa bidang, yaitu:

1) Ibadah

Adalah aturan tentang hubungan manusia dengan Allah. Ibadah dibagi menjadi dua macam, yaitu:

- a) *Ibadah Mahdhah*, yaitu aturan-aturan tentang tata cara hubungan manusia dengan Allah, seperti yang tercantum atau terumuskan dalam rukun Islam yang kelima.
- b) *Ibadah Ghairu Mahdha*, yaitu segala perkataan dan perbuatan yang baik menurut agama, yang dilakukan untuk mencari keridhaan Allah. Contohnya diantaranya adalah ta'ziah, menjenguk orang sakit, dan sebagainya.

2) Muamalah

Adalah aturan tentang hubungan manusia dengan manusia dalam rangka memenuhi kepentingan atau kebutuhan hidupnya, baik yang primer atau yang sekunder. Contohnya adalah berdagang, pernikahan, dan lain sebagainya.²⁶

²⁶ Zaky Mubarak Latif, dkk., *Akidah Islam*, (Jogjakarta: UII Press, 2001), h. 79.

c. Akhlak

Dari segi bahasa kata *akhlak* bentuk jamak dari kata *Al- khuluk* yang mempunyai makna “budi pekerti”. Adapun menurut istilah, akhlak berarti ilmu untuk menetapkan ukuran segala perbuatan manusia, baik atau buruk, benar atau salah, hak atau bathil. Sedangkan menurut Imam Ghazali dalam bukunya *Ihya Ulumuddin* menyatakan bahwa tujuan akhlak adalah menciptakan manusia sebagai makhluk yang tinggi dan sempurna, dan membedakannya dari makhluk-makhluk lainnya. Akhlak hendak menjadikan orang berakhlak baik, bertindak tanduk yang baik terhadap manusia, terhadap sesama makhluk dan terhadap Tuhan.²⁷

➤ Bahasa dalam Pesan Dakwah

Lambang yang banyak digunakan dalam komunikasi dakwah ialah bahasa karena hanya bahasalah yang dapat mengungkap pikiran dan perasaan, fakta dan opini, hal yang kongkret dan abstrak, pengalaman yang sudah lalu dan kegiatan yang akan datang, dan sebagainya. Oleh karena itu, dalam komunikasi dakwah dapat memegang peranan penting. Tanpa penggunaan bahasa, hasil pemikiran yang bagaimanapun baiknya tak akan dapat dikomunikasikan kepada orang lain secara tepat. Banyak kesalahan informasi dan kesalahan interpretasi disebabkan oleh bahasa. Bahasa terdiri dari kata dan kalimat yang mengandung pengertian denotatif dan konotatif. Pengertian denotatif yaitu pesan yang diterima secara

²⁷ Anwar Masy'ari, *Akhlak Al Quran*, (Surabaya: PT Bina Ilmu, 1990), h. 4.

umum oleh kebanyakan seorang dengan bahasa dan kebudayaan yang sama. Sedangkan pengertian konotatif ialah yang maknanya dipengaruhi oleh emosi dan evaluasi disebabkan oleh latar belakang dan pengalaman seseorang.

Dalam melancarkan komunikasi dakwah, seorang da'i harus berupaya menghindar pengucapan kata-kata yang konotatif. Jika terpaksa harus kita katakan karena tidak ada perkataan lain yang tepat, maka kata yang diduga mengandung pengertian konotatif itu perlu diberi penjelasan makna yang dimaksudkan. Karena jika dibiarkan akan mengandung makna interpretatif yang salah.

Gagalnya berkomunikasi sering disebabkan pesan yang disampaikan sudah diduga tidak akan berhasil disebabkan oleh beberapa faktor. Dai sebagai komunikator sudah tau bakal sasaran mad'u. Sebaiknya juga mengetahui efek yang diharapkan serta media yang tersedia untuk dipergunakan. Namun, seorang komunikator tidak menyadari bahwa pesan yang disampaikan itu tidak berkaitan dengan komunikan, dan komunikan tidak merasa berkepentingan, maka komunikasi tidak berjalan responsif. Oleh karena itu, dalam merencanakan sebuah pesan harus diperhatikan hal-hal sebagai berikut :

- Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran yang dimaksud.
- Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju pada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama dapat dimengerti.

- Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak komunikan, dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan itu.
- Pesan harus menyarankan suatu cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut yang layak bagi situasi kelompok tempat komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

Meskipun dalam komunikasi sering mengenal istilah *know your audience* dan kita memahami *frame of reference* disertai *field of experince*, jika pesan yang disampaikan tidak menyangkut kepentingan komunikan dalam hal ini mad'u, maka da'i kn menghadapi kesukaran, lebih-lebih jika efek yang diharapkan dari komunikan atau mad'u itu perubahan tingkah laku. Di sinilah sebenarnya posisi komunikasi dakwah, bagaimana seorang da'i mampu menyampaikan suatu pesan kepada seorang mad'u yang diketahui bahwa pesan yang akan disampaikan kepadanya tidak berkepentingan dengannya. Pesan dakwah tidak cukup dengan memperhatikan *timing* dan *placing*, tetapi harus mampu mengedifikasikan isi pesan dakwah yang akan menentukan jenis pesan apa yang akan disampaikan. Dalam hal ini, dapat berupa *informational message*, atau *instructional message*, atau *motivational message*. Untuk itu bagi seorang komunikator dakwah, pemahaman mengenai sifat-sifat komunikan dan pesan komunikasi dakwah akan dapat menentukan jenis media apa yang akan dipergunakan, dan teknik komunikasi mana yang akan digunakan.²⁸

²⁸ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), h. 100.

➤ Pengorganisasian Pesan Dakwah

Sebuah pesan yang tersusun rapi dan tertib akan menciptakan suatu suasana yang favorabel, membangkitkan minat, memperlihatkan pembagian pesan yang jelas, sehingga memudahkan pengertian, mempertegas gagasan pokok, dan menunjukkan pokok-pokok pikiran secara logis. Dalam hal ini, pembagian pesan dapat dilihat menurut pesan itu sendiri atau dengan mengikuti proses berpikir manusia. Dalam hal ini, organisasi pesan dapat meliputi urutan :

- Urutan Deduktif, ialah urutan yang dimulai dengan penyajian gagasan utama, kemudian memperjelas dengan keterangan penunjang, menyimpulkan, dan disertai bukti.
- Urutan Kronologis, suatu pesan disusun berdasarkan urutan waktu terjadinya peristiwa.
- Urutan Logis, adalah suatu pesan yang disusun berdasarkan sebab-akibat atau akibat-sebab.
- Urutan Spesial, ialah suatu pesan yang disusun berdasarkan tempat, pesan ini akan berkaitan langsung dengan subjek geografis keadaan fisik lokasi.
- Urutan Tripikal, merupakan suatu pesan yang diurutkan berdasarkan topik pembicaraan klarifikasinya dari yang penting ke yang kurang penting, dari yang mudah ke yang sukar, dari yang kenal kepada yang asing.

Jika pesan telah terorganisasi dengan baik maka hal selanjutnya adalah menyesuaikan organisasi pesan itu sesuai dengan cara berpikir khalayak. Dan urutan pesan yang sejalan dengan proses berpikir manusia disebut dengan urutan

bermotif. Untuk itu, ada beberapa cara untuk menyiapkan sebuah pesan agar jelas yaitu ;

- Tentukan tujuan yang jelas
- Luangkan waktu untuk mengorganisasikan ide kita
- Penuhi tuntutan kebutuhan format bahasa yang kita pakai
- Buat pesan anda jelas, tepat, dan meyakinkan
- Pesan yang disampaikan harus flexibel

Adapun susunan dalam jenis pengaturan pesan :

- Perhatian dan kesadaran akan adanya kesulitan
- Pengenalan masalah atau kebutuhan
- Pemisahan keberatan atau sanggahan dalam mencari pecahan terbaik
- Penjajagan dan visualisasi pemecahan yang ditawarkan
- Penilaian rencana yang diterima atau ditolaknya sebuah permasalahan

Dalam kaitan tersebut, sistem penyusunannya adalah :

- *Perhatian*, timbulkan perhatian sehingga mad'u memiliki perasaan yang sama tentang masalah yang dihadapi.
- *Kebutuhan*, bangkitkan minat dan menerangkan perlunya masalah tersebut diatas dengan menghubungkannya pada kebutuhan pribadi dan daya tarik motif.
- *Rencana*, jelaskan pemecahan masalah tersebut dengan melihat pengalaman masa lalu, pengetahuan, dan kepribadian mad'u.

- *Keberatan*, kemukakan keberatan-keberatan, kontra argumentasi atau pemecahan lainnya.
- *Penegasan* kembali, jika arah tindakan yang diusulkan telah terbukti paling baik, tegaskan kembali perasaan tersebut dengan iktisar, tinjauan singkat, dan kata-kata pengingat, serta visualisasi.
- *Tindakan*, tunjukkan secara jelas tindakan yang harus mereka lakukan. Fungsinya adalah merumuskan tahap visualisasi dalam bentuk sikap dan keyakinan tertentu, atau tindakan yang kongkret.²⁹

➤ Materi atau Isi Pesan Dakwah

Yang menjadi materi dakwah adalah ajaran islam itu sendiri, sebab semua ajaran islam dapat dijadikan pesan dakwah. Dakwah dalam buku *Ilmu Dakwah* secara umum materi dakwah dapat diklarifikasikan menjadi masalah pokok yaitu :

- Pesan Akidah
 - ✓ Iman kepada Allah SWT
 - ✓ Iman kepada Malaikat-Nya
 - ✓ Iman kepada Kitab-kitab-Nya
 - ✓ Iman kepada Rasul-rasul-Nya
 - ✓ Iman kepada Hari Akhir
 - ✓ Iman kepada Qadha-Qadhar

²⁹ Ibid, Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*,....., h. 101.

- Pesan Syariah
 - ✓ Ibadah : thaharah, shalat, zakat, puasa, dan haji
 - ✓ Muamalah :
 - Hukum Perdata meliputi: Hukum Niaga, Hukum Nikah dan Hukum Waris.
 - Hukum Publik meliputi: Hukum Pidana, Hukum Negara, Hukum Perang dan Damai.
- Pesan Akhlak
 - ✓ Akhlak terhadap Allah SWT
 - ✓ Akhlak terhadap makhluk yang meliputi:
 - Akhlak terhadap manusia: diri sendiri, tetangga, masyarakat lainnya.
 - Akhlak terhadap bukan manusia: flora, fauna, dan sebagainya.³⁰

Sedangkan Ali Yafie menyebutkan bahwa pesan materi dakwah itu terbagi menjadi lima pokok yang meliputi:

1) Masalah Kehidupan

Dakwah memperkenalkan dua jenis kehidupan yaitu kehidupan bumi atau duniawi dan kehidupan akhirat yang memiliki sifat kekal abadi.

³⁰ Ibid, Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*,....., h. 102.

2) Masalah Manusia

Pesan dakwah yang mengenai masalah manusia ini adalah menempatkan manusia pada posisi yang “mulia” yang harus dilindungi secara penuh. Dalam hal ini, manusia ditempatkan pada dua status yaitu sebagai:

- *Ma'sum*, yaitu memiliki hak hidup, hak memiliki, hak berketurunan, hak berfikir sehat, dan hak untuk menganut sebuah keyakinan imani.
- *Mukhallaf*, yaitu diberi kehormatan untuk menegaskan Allah SWT yang mencakup:
 - ✓ Pengenalan yang benar dan pengabdian yang tulus kepada Allah.
 - ✓ Pemeliharaan dan pengembangan dirinya dalam berperilaku dan perangai yang luhur.
 - ✓ Memelihara hubungan yang baik, yang damai, dan rukun dengan lingkungannya.

3) Masalah Harta Benda

Pesan dakwah dalam bentuk ini, lebih pada penggunaan harta benda untuk kehidupan manusia dan kemaslahatan *ummah*. Ada hak tertentu yang harus diberikan kepada orang yang berhak untuk menerimanya.

4) Masalah Ilmu Pengetahuan

Dakwah islam sangat mengutamakan pentingnya pengembangan ilmu pengetahuan. Pesan yang berupa ilmu pengetahuan disampaikan melalui tiga jalur ilmu yaitu:

- Mengenal tulisan dan membaca
- Penalaran, dalam penelitian dan rahasia-rahasia alam
- Penggambaran di bumi seperti *study tour* atau ekspedisi ilmiah.

5) Masalah Akidah

Akidah dalam pesan utama dakwah, memiliki ciri-ciri yang membedakan dengan kepercayaan lain, yaitu:

- a. Keterbukaan melalui kesaksian (syahadat). Dengan demikian seorang muslim selalu jelas identitasnya dan bersedia mengakui identitas keagamaan orang lain.
- b. Cakrawala yang luas dengan memperkenalkan bahwa Allah SWT adalah Tuhan alam, bukan Tuhan kelompok atau bangsa tertentu.
- c. Kejelasan dan kesederhanaan. Seluruh ajaran akidah, baik soal keTuhanan, kerasulan, ataupun alam gaib sangat mudah untuk dipahami.
- d. Ketuhanan antara iman dan islam atau antara iman dan amal perbuatan.

Dari penjelasan di atas semuanya itu yang terpenting adalah konteks penyampaian ayat-ayat Allah SWT berangkat dari persoalan yang dihadapi

masyarakat. Rasul juga selalu mampu merasakan persoalan yang dihadapi umatnya. Perasaan empati ini akan membuat dakwah menjadi lebih mengena. Rasa empati juga akan membuat juru dakwah bisa memahami situasi yang sedang dihadapi objek dakwahnya. Pemahaman seperti ini sangatlah penting, supaya materi dakwah yang disampaikan bisa benar-benar menjawab persoalan yang tengah dihadapi publik. Kesalahan dalam memahami situasi dan perasaan mad'u bisa membuat dakwah seseorang mengandung resistensi.

2. Jenis Pesan Dakwah

Semua orang dapat berbicara tentang moral, nahkan dengan mengutip ayat Al-Qur'an sekalipun. Akan tetapi, jika hal itu dimaksudkan untuk pembenaran atau dasar bagi kepentingan nafsunya semata, maka demikian itu bukan termasuk pesan dakwah. Pesan dakwah pada garis besarnya terbagi menjadi dua, yaitu pesan utama (Al-Qur'an dan hadis) dan pesan tambahan atau penunjang (selain Al-Quran dan hadis).

a) 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. Semua pokok ajaran islam disebutkan secara global dalam Al-Qur'an, sedangkan detailnya dijelaskan dalam hadis.

Dalam mengutip ayat Al-Qur'an sebagai pesan dakwah, ada beberapa etika yang harus diperhatikan:

- Penulisan atau pengucapan ayat Al-Qur'an harus benar. Kekurangan satu huruf saja atau kesalahan tanda baca (*syakl*) dapat mengubah makna ayat Al-Qur'an.
- Penulisan atau pengucapan ayat Al-Qur'an sebaiknya disertai terjemahannya. Hal ini dimaksudkan agar mitra dakwah dapat memahami arti ayat Al-Qur'an.
- Ayat Al-Qur'an ditulis pada lembaran yang tidak mudah diletakkan pada tempat yang kotor atau mudah terinjak. Begitu pula, pengucapan ayat Al-Qur'an sebaiknya dilakukan dalam keadaan berwudhu (suci dari hadas).
- Penulisan atau pengucapan ayat Al-Qur'an sebaiknya tidak dipenggal dari keseluruhan ayat, agar terhindar dari distorsi pemahaman.
- Sebaiknya ayat Al-Qur'an dibaca dengan tartil yang jelas. Penulisannya juga dengan huruf yang mudah dibaca.
- Ketika mengutip ayat Al-Qur'an, sebelumnya perlu didahului ungkapan atau tulisan: "Al;lah SWT. Berfirman ..." (al-Nawawi, 1985: 123).
- Antara ayat yang dikemukakan dengan topik dakwah harus sesuai dan relevan.
- Sebelum membaca ayat Al-Qur'an, pendakwah hendaknya baca *ta'awwudh* dan *basmalah* (al-Nawawi, 1985: 64-65).

b) Hadis Nabi SAW

Segala hal yang berkenaan dengan Nabi SAW yang meliputi ucapan, perbuatan, ketetapan, sifat, bahkan ciri fisiknya dinamakan hadis. Dalam

mengutip hadis Nabi SAW, ada beberapa etika yang harus diperhatikan oleh para pendakwah:

- Penulisan atau pengucapan hadis harus benar. Kesalahannya dapat menimbulkan perubahan makna. Namun, kesalahan ini tidak lebih berat dibanding dengan kesalahan penulisan atau pengucapan ayat Al-Qur'an. Untuk mengucapkan redaksi (*matan*) hadis, aturan ilmu tajwid tidak seketat seperti pembacaan Al-Qur'an.
- Penulisan atau pengucapan matan hadis sebaiknya disertai terjemahannya, agar pengertiannya dapat dipahami oleh mitra dakwah.
- Nama Nabi SAW atau Rasulullah SAW serta nama perawi sahabat dan perawi penulis kitab hadis harus disebutkan.
- Pendakwah harus memprioritaskan hadis yang lebih tinggi kualitasnya.
- Pengungkapan hadis harus sesuai dengan topik yang dibicarakan.

c) 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:

- Tidak bertentangan dengan Al-Qur'an dan hadis.

- Menyebutkan nama sahabat yang dikutip.
- Menyebut sumber rujukan.
- Membaca doa dengan kata *radliyallahu 'anhu 'anha* atau menulis dengan singkat r.a dibelakang nama sahabat.

d) Pendapat Para Ulama

Meski ulama berarti semua orang yang memiliki ilmu pengetahuan secara mendalam, namun maksud ulama di sini dikhususkan untuk orang yang beriman, menguasai ilmu keislaman secara mendalam dan menjalankannya. Pendapat para ulama dibedakan menjadi dua macam, yaitu pendapat yang telah disepakati (*al-muttafaq 'alaih*) dan pendapat yang masih diperselisihkan (*al-mukhtalaf fih*). Tentu saja, macam pendapat yang pertama lebih tinggi nilainya daripada yang kedua. Adapun etika mengutip pendapat ulama adalah sebagai berikut:

- Tidak bertentangan dengan Al-Qur'an dan hadis.
- Menyebut nama ulama yang dikutip.
- Mengetahui argumentasinya, agar terhindar dari kepengikutan yang tidak cerdas (*taqlid*).
- Memilih pendapat ulama yang tertulis daripada pendapat yang didapatkan dari komunikasi lisan.
- Memilih pendapat ulama yang paling kuat dasarnya dan paling besar manfaatnya untuk masyarakat. Menghargai setiap pendapat ulama, meski kita harus memilih salah satunya.

- Sebaiknya kita mengenal jati diri ulama, walaupun tidak sempurna, sebelum mengutip pendapatnya.

e) Hasil Penelitian Ilmiah

Tidak sedikit ayat Al-Qur'an yang bisa kita pahami lebih mendalam dan luas setelah dibantu hasil penelitian ilmiah. Inilah hasil penelitian yang menjadi salah satu sumber pesan dakwah. Sifat dari hasil penelitian ilmiah adalah relatif dan reflektif. Relatif, karena nilai kebenarannya dapat berubah. Reflektif, karena ia mencerminkan realitasnya. Oleh sebab itu, pengutipan hasil penelitian ilmiah untuk pesan dakwah harus berpegang pada etika berikut:

- Menyebut nama penelitiannya, atau lembaga bila melibatkan suatu lembaga.
- Menyebutkan objek penelitian yang sesuai dengan topik dakwah.
- Disajikan dengan kalimat yang singkat dan jelas.
- Disampaikan kepada mitra dakwah yang memahami fungsi penelitian.
- Disampaikan untuk menguatkan pesan utama dakwah; bukan sebaliknya, pesan utama dakwah dipakai untuk memperkuat hasil penelitian.

f) Kisah dan Pengalam Teladan

Ketika mitra dakwah merasa kesulitan dalam mencerna konsep-konsep yang kita sampaikan, kita mencari upaya-upaya yang memudahkannya. Ketika mereka kurang antusias dan kurang yakin terhadap pesan dakwah, kita mencari

keterangan yang menguatkan argumentasinya atau bukti-bukti nyata dalam kehidupan. Salah satu diantaranya adalah menceritakan pengalaman seseorang atau pribadi yang terkait dengan topik.

Ketika membicarakan pengalaman apalagi menyangkut keteladanan, pendakwah harus berhati-hati. Ia boleh saja berharap mitra dakwah meniru keteladanan dari dirinya. Hanya saja, keteladanan pribadi bisa menimbulkan prasangka buruk pada pendakwah sebagai orang yang membanggakan diri (*'ujub*), menonjolkan diri (*riya'*), atau membuat diri terkenal (*sum'ah*). Maka dalam pemilihan pesan dakwah, cerita kesalehan para nabi dan rasul serta para sahabat atau generasi setelahnya (*tabi'in*) lebih diutamakan daripada cerita lainnya. Kesalehan mereka telah diakui oleh para ahli sejarah, sehingga tingkat kontroversinya lebih sedikit dibanding kisah selain mereka.

g) Berita dan Peristiwa

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 Al-Qur'an, berita sering diistilahkan dengan kata *al-naba'*, yakni berita yang penting, terjadinya sudah pasti, dan membawa manfaat yang besar. Berbeda dengan kata *al-khabar* yang berarti berita sepele dan sedikit manfaatnya (M. Quraish Shihab, 2002: XV: 6).

Dalam menjadikan berita sebagai penunjang pesan dakwah, terdapat beberapa etika yang harus diperhatikan:

- Melakukan pengecekan berkali-kali sampai diyakini kebenaran berita tersebut.
- Dampak dari sebuah berita juga harus dikaji. Jika ada kemungkinan membahayakan bagi mitra dakwah, berita itu tidak boleh diceritakan, meskipun benar-benar terjadi.
- Sifat berita adalah datar, hanya memberitahukan (*to inform*). Karenanya sebagai pesan dakwah, berita harus diberi komentar.
- Berita yang disajikan harus mengandung hikmah.

h) Karya Sastra

Pesan dakwah kadang kala 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. Nilai sastra adalah nilai keindahan dan kebijakan. Pesan yang bijak akan mudah diterima dengan perasaan yang halus. Karya sastra yang dijadikan pesan dakwah harus berlandaskan etika sebagai berikut:

- Isinya mengandung hikmah yang mengajak kepada islam atau mendorong berbuat kebaikan.
- Dibentuk dengan kalimat yang indah.
- Ketika pendakwah mengungkapkan sebuah sastra secara lisan, kedalaman perasaan harus menyertainya, agar sisi keindahannya dapat dirasakan.

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

i) Karya Seni

Karya seni juga memuat nilai keindahan yang tinggi. Jika karya sastra menggunakan komunikasi verbal (diucapkan), karya seni banyak mengutarakan komunikasi nonverbal (diperlihatkan). Pesan dakwah jenis ini mengacu pada lambang yang terbuka untuk ditafsirkan oleh siapapun, jadi bersifat subjektif.

Untuk menjadikan karya seni sebagai pesan dakwah, ada beberapa etika yang harus diperhatikan, yaitu:

- Diupayakan sedemikian rupa agar karya seni tidak ditafsirkan secara salah oleh mitra dakwah.
- Menurut ulama yang berpaham tekstualis (memahami ayat atau hadis sesuai dengan teksnya), tidak dibenarkan karya seni dengan objek makhluk hidup.
- Karya seni tidak bernuansa pornografi, menghina simbol-simbol agama, melecehkan orang lain, atau menimbulkan dampak-dampak negatif lainnya baik langsung maupun tidak langsung.³¹

³¹ Ibid, Ali Aziz, *Ilmu Dakwah.....*, h. 319-330.

3. Media Dakwah

a. Pengertian Media Dakwah

Arti istilah media bila dilihat dari asal katanya (etimologi), berasal dari bahasa latin yaitu “median”, yang berarti alat perantara. Sedangkan kata median merupakan jamak daripada kata median tersebut.

Pengertian semantiknya media berarti segala sesuatu yang dapat dijadikan sebagai alat (perantara) untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Dengan demikian media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat dipergunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan. Media dakwah ini dapat berupa barang (material), orang, tempat, kondisi tertentu dan sebagainya.³²

b. Jenis-Jenis Media Dakwah

Dalam ilmu komunikasi, media dapat diklarifikasikan menjadi tiga macam yaitu.³³

- 1) Media Terucap (The spoken Words), alat yang bisa mengeluarkan bunyi seperti radio, telepon, dan sejenisnya.
- 2) Media Tertulis (The Printed Writing), media berupa tulisan atau cetakan seperti majalah, surat kabar, buku, pamflet, lukisan, gambar, dan sejenisnya.

³² Ibid, Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar.....*, h. 163.

³³ Ibid, Ali Aziz, *Ilmu Dakwah.....*, h. 406-407

- 3) Media Dengar Pandang (The Audio Visual), media yang berisi gambar hidup yang bisa dilihat dan didengar yaitu film, video, televisi, dan sejenisnya.

c. Media Cetak Dakwah

Sesungguhnya sejak masa kebangkitan dan perkembangan islam, berdakwah melalui tulisan sudah dipandang Rasulullah saw sebagai salah satu bentuk atau langkah dakwah yang efektif. Seperti surat Rasulullah saw yang dikirimkan kepada Raja Bahrain Al Mundzir bin Sawa, yang merupakan langkah berdakwah melalui tulisan itu, telah mendapat sambutan sangat menggembirakan.

Media cetak dakwah merupakan kegiatan menyampaikan pesan berupa dakwah kepada khalayak ramai melalui saluran media. Tekanannya tentu pada media pers (cetak) baik surat kabar, majalah maupun tabloid. Karena melalui media pers (cetak), pesan dakwah itu tentu saja disampaikan melalui karya tulisan. Karya tulisan itu dimuat dimedia cetak baik dalam bentuk berita, feature, artikel, laporan, tajuk dan karya jurnalistik lainnya.

Karena dimaksudkan sebagai pesan dakwah, maka karya-karya jurnalistik itu sudah tentu berisi ajakan atau seruan mengenai pentingnya meraih keberhasilan, mencapai kemajuan, mengerjakan kebaikan dan meninggalkan kenistaan. Ajakan dan seruan yang semuanya bersumber dari aqidah islam, tauhid dan keimanan.³⁴

³⁴ Sutirman Eka Ardhana, *Jurnalistik Dakwah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), Cet. 1, h. 25-26.

1) Fungsi dan Tujuan Media Cetak Dakwah

Hartono A. Jaiz menjelaskan fungsi media cetak dakwah dalam tiga hal, antara lain:

- ✓ Melayani kebutuhan masyarakat akan informasi islam. Informasi yang dimaksud disini adalah informasi yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadis.
- ✓ Berupaya mewujudkan/menjelaskan seruan Al-Qur'an secara cermat melalui berbagai media cetak untuk mengembalikannya kepada fikrah dan keuniversalannya serta menyajikan produk-produk islam yang selaras dengan pemikiran.
- ✓ Menghidupkan dialog-dialog bernuansa pemikiran, politik, budaya, sosial, dan lain-lain.

Adapun tujuannya sebagai berikut:

- ✓ Memberantas masyarakat dari buta huruf lewat pendidikan membaca dan menulis. Kesadaran membaca dan menulis, baik dalam arti sempit maupun luas, sudah menjadi kewajiban umat islam (Al 'Alaq [96/01]: 1-5).
- ✓ Menyampaikan ajaran islam.
- ✓ Meluruskan informasi lewat media cetak.
- ✓ Mengajak umat manusia untuk menyembah kepada Allah dengan tidak mempersekutukanNya.

- ✓ Mengajak umat islam agar melaksanakan kewajiban-kewajiban yang ada pada aspek ibadah, khususnya shalat, zakat, dan ibadah-ibadah lain yang sudah ditentukan caranya.
- ✓ Mengajak umat islam agar mempunyai akhlak terpuji.
- ✓ Mengajak umat islam agar tetap hati-hati terhadap berita-berita yang datang.

M. Mustâfâ Athâ menambahkan:

- ✓ Mencapai keseimbangan antara materil dan spiritual.
- ✓ Menanamkan kegemaran membaca.
- ✓ Mengajak umat islam bersatu.

2) Keunggulan Dakwah Media Cetak

Pertama, lebih dalam pengaruhnya dari gelombang suara lisan ahli pidato. Pidato lisan dari seorang orator dapat memikat jutaan massa rakyat dalam sesaat. Tetapi bisa kembali tiada membekas dan menyerap dalam hati. Itulah sebabnya orator mengulang kembali terus menerus keyakinan dan pandangan yang dipropagandakan kepada masyarakat ramai.

Kedua, tulisan atau sari pena seorang pengarang cukup berbicara satu kali dan akan melekat terus menerus dalam hati serta bisa menjadi buah tutur setiap hari.

Ketiga, bahasa tulisan lewat media cetak lebih rapi dan lebih teratur daripada bahasa lisan karena menulis adalah berpikir dengan teratur.

Keempat, pembaca bisa membaca berulang-ulang hingga meresapi.

Kelima, lebih menguatkan jalinan/persaksian.

Onong Uchjana menambahkan dua hal:

Keenam, terekam. Nasihat-nasihat yang disiarkan media massa cetak tersusun dalam alinea, kalimat dan kata-kata yang terdiri atas huruf-huruf yang dicetak pada kertas. Dengan demikian, setiap pesan-pesan yang diberitakan “terekam” sedemikian rupa sehingga dapat dibaca setiap saat dan dapat diulang kaji, bisa dijadikan dokumentasi dan dapat pula dipakai sebagai bukti untuk keperluan tertentu.

Ketujuh, dapat diproduksi. Diproduksi dalam arti digunakan kembali sehingga akan memudahkan mereka yang tidak berlangganan untuk memperolehnya.³⁵

B. SEDEKAH

Sedekah adalah pemberian sesuatu kepada fakir miskin atau yang berhak menerimanya, di luar kewajiban zakat dan zakat fitrah sesuai dengan kemampuan pemberi. Sedekah secara umum adalah pemberian sebuah barang atau apapun kepada orang lain dengan benar-benar mengharap keridhoan Allah SWT. Dalam pengertian kamus Arab Indonesia mengenai sedekah H. Mahmud Yunus menulis

³⁵ Suf Kasman, *Jurnalisme Universal; Menelusuri Prinsip-Prinsip Da'wah Bi Al-Qalam dalam Al-Qur'an*, (Jakarta : TERAJU, 2004), Cet. 1, h. 1123-129.

sedekah berasal dari kata "shadaqa-yashduqu-shadaqatan" yang artinya memberikan sedekah dengan sesuatu.³⁶

Sedekah atau shadaqah berasal dari kata shadaqa yang berarti 'benar'. Orang yang suka bersedekah adalah orang yang benar pengakuan imannya.³⁷ Menurut terminologi syariat, pengertian sedekah sama dengan pengertian infak, termasuk juga hukum dan ketentuan-ketentuannya. Infak hanya berkaitan dengan materi sedangkan sedekah memiliki arti luas, menyangkut hal yang bersifat nonmaterial. Sedekah dalam pengertian bukan zakat sangat dianjurkan dalam Islam dan sangat baik dilakukan tiap saat.

Sedekah terbagi menjadi dua bentuk, yang bersifat *tangible*, material atau fisik, dan yang bersifat *intangible* atau non fisik. Didalam sedekah yang bersifat *tangible* terdapat dua jenis sedekah diantaranya yang bersifat wajib seperti zakat fitrah maupun maal, dan sedekah yang bersifat sunnah (shadaqah jariyah). Sedangkan yang bersifat *intangible* meliputi lima macam, yaitu pertama: tasbih, tahlil, tahmid dan takbir. Kedua: berasal dari badan berupa senyum, tenaga untuk bekerja dan membuang duri dari jalan dan lain-lain. Ketiga: menolong atau membantu orang yang kesusahan yang memerlukan bantuan. Keempat menyuruh kepada kebaikan atau yang ma'ruf, sedangkan yang terakhir, menahan diri dari kejahatan atau merusak.

³⁶Mahmud Yunus, *Kamus Arab Indonesia*, (Jakarta: Hidakarya Agung, 1990), h. 214.

³⁷Didin Hafiduddin, *Panduan Praktis tentang Zakat, Infaq dan Sedekah*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1998), Cet. 1, h. 15

Meskipun sedekah yang tangible bersifat sunnah, namun sedekah mempunyai kemampuan yang dahsyat dibandingkan dengan infak maupun zakat, terlihat dalam surat Al-Munafiqun (63): 10

وَأَنْفِقُوا مِنْ مَا رَزَقْنَاكُمْ مِنْ قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَ أَحَدَكُمُ الْمَوْتُ فَيَقُولَ رَبِّ لَوْلَا

أَخَّرْتَنِي إِلَىٰ أَجَلٍ قَرِيبٍ فَأَصَّدَّقَ وَأَكُن مِنَ الصَّالِحِينَ ﴿١٠﴾

, “Ya Tuhanku, mengapa engkau tidak menangguhkan kematianku sampai waktu yang dekat yang menyebabkan aku dapat bersedekah, dan aku termasuk orang-orang yang shaleh”.

1. Keutamaan sedekah

Di antara keutamaan sedekah, antara lain :

1. Orang bersedekah berhak mendapat rahmat Allah.
2. Sedekah akan menjadi naungan di akhirat saat tidak ada naungan, kecuali naungan Allah. “Sesungguhnya, sedekah itu memadamkan panasnya kubur dan hanyalah seorang Mukmin yang mendapatkan naungan pada hari kiamat nanti dengan sedekahnya.”
3. Sedekah memadamkan murka Ilahi. “Sedekah rahasia (tersembunyi) itu memadamkan amarah Ilahi.”

4. Sedekah menolak mati dalam keadaan suul khatimah (akhir yang buruk).
“Akhlak buruk adalah kejelekan, kuat ingatan adalah mengembangkan, dan sedekah menolak mati suul khatimah.”
5. Sedekah menjadi sebab disembuhkannya penyakit. “Obatilah orang-orang sakit dengan sedekah, bentengilah hartamu dengan zakat, dan sesungguhnya zakat itu menolak peristiwa mengerikan dan penyakit.”
6. Sedekah itu akan mendapatkan keberkahan dalam hidup dan tambahan rezeki, “Barang siapa menafkahkan hartanya maka akan diberi keberkahan darinya.” Dalam hadis lain disebutkan, “Tidaklah sedekah itu mengurangi harta dan tidaklah pemberian maaf itu kecuali ditambah kemuliaan oleh Allah dan tidaklah seseorang tawadhu karena Allah, kecuali Dia akan mengangkat derajatnya.”

C. Kajian Pustaka tentang Tabloid

1. Tabloid

Tabloid adalah surat kabar ukuran kecil (setengah dari ukuran surat kabar biasa) yang banyak memuat berita secara singkat, padat, dan bergambar, mudah dibaca umum. Tabloid sebenarnya adalah istilah suatu format surat kabar yang lebih kecil (597 mm × 375 mm) dari ukuran standar koran harian. Istilah ini biasanya dikaitkan dengan penerbitan surat kabar reguler non harian (bisa mingguan, dwimingguan, dan sebagainya), yang terfokus pada hal-hal yang lebih "tidak serius", terutama masalah pesohor, olahraga, kriminalitas, dan lain-lain.

Dalam hal ini peneliti meneliti tabloid Kisah Hikmah yang edisi 183/Minggu III-IV Juli 2014 khususnya pada rubrik kisah sedekah dan rubrik kisah utama.

2. Tabloid Sebagai Media Dakwah

Pembahasan ini adalah pengembangan lebih lanjut dari bahasan mengenai wasilah atau media dakwah diatas. Dan mengapa peneliti menggunakan tabloid “Kisah Hikmah” dalam hal ini adalah karena dakwah melalui tabloid terbilang cukup jarang dalam proses penyampaian ajaran islam. Namun dai’dai kita harusnya selalu mempunyai inovasi-inovasi baru tentang media yang nantinya akan dengan cepat dapat menyampaikan ajaran islam. Tabloid ini misalnya, memanfaatkan tulisan untuk berdakwah. Dan paling tidak pembaca akan tergugah hatinya kala membaca tulisannya.

Diantara unsur-unsur dakwah media merupakan salah satu sarana dan prasarana dakwah yang menunjang keberhasilan dakwah itu sendiri, yaitu dakwah Islamiyah yang berkualitas. Oleh karena itu, lembaga-lembaga dakwah islam hendaknya menggunakan berbagai media dan salah satu media tersebut adalah tabloid, teks yang ditulis dan diukur dari segi kualitas.

D. Penelitian Yang Relevan

Dalam kajian kepustakaan peneliti ini, peneliti akan menjelaskan tentang hasil-hasil penelitian terdahulu yang mengambil obyek penelitian di lembaga penerbitan media. Hal ini peneliti lakukan untuk menekankan bahwa penelitian yang dilakukan tidak sama dengan penelitian-penelitian terdahulu. Dengan kata

lain hasil penelitian saat ini terdapat perbedaan yang sangat mendasar dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu, diantaranya adalah:

Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
<p>Abal Laitsi Nasatha (B01209050), jurusan KPI Fakultas Dakwah, IAIN Sunan Ampel Surabaya</p>	<p>“Pesan Dakwah dalam Media Cetak (Analisis Wacana Rubrik Hikmah Al Quran Majalah Nurul Hayat Edisi 100-102)”</p>	<p>Sama-sama meneliti tentang media cetak</p>	<p>Abal meneliti sebuah majalah sedangkan peneliti menggunakan sebuah tabloid meskipun sama-sama menggunakan analisis wacana</p>
<p>Mustafid Rifma Fikriyan (B01209056), IAIN Sunan Ampel Surabaya, Fakultas Dakwah Jurusan KPI</p>	<p>“Pesan Dakwah Media Online Republika dalam Rubrik Pojok Arifin Ilham edisi bulan November 2012”</p>	<p>Sudut pandang yang sama, yakni analisis wacana</p>	<p>Penelitian terdahulu membahas tentang pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam media online, sedangkan peneliti membahas pesan-pesan</p>

			dakwah yang terkandung dalam tabloid
Tia Agnes Astuti (106051101943), UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi jurusan KPI	“Analisis Wacana Van Dijk Terhadap Berita ‘Sebuah Kegilaan di Simpang Kraft’ di Majalah Pantau”	Sudut pandang yang sama yakni analisis wacana	Penelitian terdahulu membahas tentang isi yang terdapat dari sebuah berita, Sedangkan peneliti membahas pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam tabloid
Khuriyati (08210036), jurusan KPI Fakultas Dakwah, IAIN Sunan Ampel Surabaya	“Analisis Wacana Terhadap Teks Berita Tuntutan Pembubaran FPI Pada SKH Kompas Edisi Februari 2012”	Sama-sama meneliti tentang media cetak	Khuriyati meneliti sebuah koran pemberitaan menggunakan analisis wacana model Theo Van Leeuwen, sedangkan peneliti menggunakan

			sebuah tabloid meskipun sama-sama menggunakan analisis wacana tetapi peneliti menggunakan analisis wacana model Van Dijk
--	--	--	--

