



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

**Analisis Isi Pesan Dakwah “Penjual Bakso di Terminal  
Purabaya Beri Bakso Gratis Penghafal Alquran” dalam  
Media Online Jawa Pos**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel  
Surabaya, Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)

Disusun Oleh:

**Faiz Afifian Mahfudhon Illiend**

NIM: B91216086

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN  
ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA  
2021

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Faiz Afifian Mahfudhon Illiend

NIM : B91216086

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa dengan sesungguhnya skripsi yang berjudul *Analisis Isi Pesan Dakwah "Penjual Bakso di Terminal Purabaya Beri Bakso Gratis Penghafal Alquran"* dalam Media Online Jawa Pos adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 16 September 2020  
Yang Membuat Pernyataan



**Faiz Afifian Mahfudhon Illiend**  
**NIM: B91216087**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Faiz Afifian Mahfudhon Illiend  
NIM : B91216086  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul Skripsi : Analisis Isi Pesan Dakwah “Penjual Bakso di Terminal Purabaya Bert Bakso Gratis Penghafal Alquran” dalam Media Online Jawa Pos.

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

**Surabaya, 16 September 2020**

Menyetujui Pembimbing:



**Dr. H. Abdullah Sattar, S.Ag, M.Fil.I**  
**NIP: 196512171997031002**

# LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

ANALISIS ISI PESAN DAKWAH “PENJUAL BAKSO DI  
TERMINAL PURABAYA BERI BAKSO GRATIS  
PENGHAFAL ALQURAN” DALAM MEDIA ONLINE  
JAWA POS.

SKRIPSI

Disusun Oleh:

Faiz Afifian Mahfudhon Illiend

B91216086

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata

Satu

Pada tanggal 7 Desember 2020

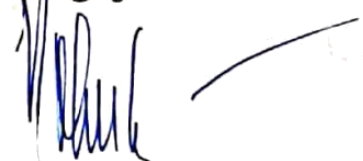
Tim Penguji

Penguji I



Dr. H. Abdullah Sattar, S.Ag., M. Fil.I  
NIP: 196512171997031002

Penguji II



Prof. Dr. Moh. Ali Aziz, M.Ag  
NIP: 195706091983031003

Penguji III



Dr. H. Fahrur Razi, S.Ag, M. HI  
NIP: 196906122006041018

Penguji IV



Dr. Sokhi Huda, M.Ag  
NIP: 196701282003121001

Surabaya, Desember 2020

Dekan,



Dr. H. Abdul Halim, M.Ag  
NIP. 196307251991031003



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : FAIZ AFIYAN MAHFUDHON ILLIEND  
NIM : B91216086  
Fakultas/Jurusan : FDK/KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
E-mail Address : faizafifan86@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul:

ANALISIS ISI PESAN DAKWAH "PENJUAL BAKSO DI TERMINAL PURABAYA BERI BAKSO GRATIS PENGHAFAL ALQURAN" DALAM MEDIA ONLINE JAWA POS.

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 13 Januari 2021

Pennlis

(Faiz Afifan Mahfudhon Illiend)

*nama terang dan tanda tangan*

## ABSTRAK

**Faiz Afifian Mahfudhon Illiend**, NIM. B91216086, 2020. “Analisis Isi Pesan Dakwah ‘Penjual Bakso di Terminal Purabaya Beri Bakso Gratis Penghafal Alquran’ dalam Media Online Jawa Pos”. Skripsi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

**Kata Kunci** : Pesan Dakwah, Analisis Isi, Sedekah.

Peneliti menentukan rumusan masalah dalam skripsi ini yaitu pesan dakwah apa saja yang terdapat dalam pemberitaan Penjual Bakso di Terminal Purabaya Beri Bakso Gratis Penghafal Alquran pada media online Jawa Pos, kemudian pesan dakwah apa yang paling dominan?.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi yang bersifat kuantitatif, yaitu dengan cara mencatat nilai-nilai bilangan atau frekuensi untuk melukiskan berbagai jenis isi yang didefinisikan. Teknik pengumpulan data dengan melakukan observasi dan dokumentasi selanjutnya melakukan analisis sesuai indikator yang telah ditentukan.

Setelah dihitung dan dianalisis, maka hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan dakwah yang terdapat dalam pemberitaan tersebut yakni pesan akidah 25%, pesan akhlak 58,3%, dan pesan syariah 16,7%. Maka pesan dakwah yang paling dominan adalah pesan dakwah akhlak yaitu dengan persentase 58,3%.

Penelitian ini hanya meneliti analisis isi pesan dakwah dalam pemberitaan media online Jawa Pos. Bagi peneliti selanjutnya diharap bisa meneliti dengan jangkauan lebih luas lagi tentang Analisis Isi Pesan Dakwah “Penjual Bakso di Terminal Purabaya Beri Bakso Gratis Penghafal Alquran” dalam Media Online Jawa Pos.

## ABSTRACT

**Faiz Afifian Mahfudhon Illiend**, NIM. B91216086, 2020. "Content Analysis of da'wah Message 'Meatball Seller in Purabaya Bus Station Gives Meatballs Freely to Memorizer the Koran in Online Media Jawa Pos". Thesis of Communication and Broadcasting Islam Faculty of Da'wah and Communication UIN Sunan Ampel Surabaya.

**Keywords: Da'wah Message, Content Analysis, Alms.**

Researchers determined statement of the problems in this thesis, what da'wah message are contained in the news about the Meatball Seller in Purabaya Bus Station Gives Meatballs Freely to Memorizer the Koran in online media Jawa Pos, then what da'wah message is most dominant?.

The method used in this study is quantitative content analysis, which is by recording the values of numbers or frequencies to describe the various types of content defined. Data collection techniques by observation and documentation then analyze according to the indicator stipulated.

After being calculated and analyzed, the results showed that the da'wah messages contained in the news were 25% faith messages, 58.3% moral messages, and sharia messages 16.7%. So the most dominant da'wah message is the morals messages which is with a percentage of 58.3%.

This research only examines content analysis of da'wah messages in the online media coverage of Jawa Pos. For further researchers, it is hoped that they will be able to research with a wider reach about the Contents Analysis of Da'wah Message "Meatball Seller in Purabaya Bus Station Gives Meatballs Freely to Memorizer the Koran" in Online Media Jawa Pos.

## المخلص

فايز عفيفيان محفوظون إيند ، نيم B91216086 ، 2020 "تحليل محتوى رسالة الدعوة 'بائعو كرات اللحم في محطة فورابايا إعطاء كرات اللحم الحرة حفظ القرآن' في Jawa Pos" أطروحة برنامج دراسة الاتصال والبيث الإسلامي ، كلية الدعوة والتواصل ، جامعة سنن أمفل الحكومية الإسلامية ، سورابايا.

الكلمات الرئيسية: رسالة الدعوة، تحليل المحتوى، الصدقة.

وقرر الباحثون أن صياغة المشكلة في هذه الأطروحة هي ما هي رسالة الدعوة الموجودة في أخبار بائعي كرات اللحم في محطة فورابايا أعطوا كرات اللحم القرآنية الحرة في وسائل الإعلام على الإنترنت Jawa Pos ، ثم ما هي الرسالة التي هي الدعوة الأكثر هيمنة؟.

الطريقة المستخدمة في هذه الدراسة هي التحليل الكمي للمحتوى، والذي يتم من خلال تسجيل قيم الأرقام أو الترددات لوصف الأنواع المختلفة من المحتوى المحدد. تقنيات جمع البيانات من خلال إجراء الملاحظات والوثائق إجراء مزيد من التحليل وفقا للمؤشر المنصوص عليها.

وبعد أن تم حسابها وتحليلها، أظهرت النتائج أن رسائل الدعوة الواردة في الوعظ كانت 25% رسالة دينية، و58.3% رسالة أخلاقية، ورسالة الشريعة الإسلامية 16.7%. لذا فإن الرسالة الأكثر هيمنة للدعيع هي رسالة الدعوة أخلاك التي هي مع البيريستاز 58.3%.

هذا البحث لا يتناول سوى تحليل محتوى رسالة الدعوة في التغطية الإعلامية عبر الإنترنت لـ Jawa Pos. لمزيد من الباحثين، ومن المأمول أن يتمكنوا من البحث مع نطاق أوسع حول تحليل محتويات رسالة الدعوة "بائعو كرات اللحم في محطة فورابايا إعطاء كرات اللحم الحرة حفظ القرآن" في Jawa Pos وسائل الإعلام على الإنترنت.



## DAFTAR ISI

Judul Penelitian (Sampul) .....	I
Pernyataan Keaslian Karya .....	II
Persetujuan Dosen Pembimbing .....	III
Pengesahan Tim Penguji .....	IV
Pernyataan Persetujuan Publikasi .....	V
Abstrak .....	VI
Daftar Isi .....	IX
Daftar Tabel dan Gambar .....	XI
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	13
C. Tujuan Penelitian .....	13
D. Manfaat Penelitian .....	14
E. Definisi Konsep .....	
1. Pesan Dakwah .....	15
2. Media Online Jawa Pos .....	16
3. Analisis Isi .....	17
F. Sistematika Pembahasan .....	18
<b>BAB II: KAJIAN TEORETIK</b>	
A. Kerangka Teoretik .....	
1. Pesan Dakwah .....	21
2. Sedekah .....	52
3. Analisis Isi .....	66
B. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	70

### BAB III: METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	75
B. Unit Analisis .....	79
C. Populasi dan Sampel .....	80
D. Teknik Pengumpulan Data .....	82
E. Indikator Penelitian .....	84
F. Teknik Analisis Data .....	86

### BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subyek Penelitian .....	90
B. Penyajian data .....	106
C. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data) .....	109

### BAB V: PENUTUP

A. Simpulan .....	130
B. Rekomendasi .....	131
Daftar Pustaka .....	133
Lampiran .....	141

## DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

### TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu .....	74
3.1 Indikator Pesan Dakwah .....	85
4.1 Produk Jawa Pos .....	100
4.2 Kategori Pesan Dakwah .....	110
4.3 Jumlah total Masing-Masing Pesan Dakwah .....	112
4.4 Frekuensi dan Persentase Pesan Dakwah .....	113

### GAMBAR

4.1 Logo Radar Surabaya .....	107
4.2 Foto dalam Pemberitaan .....	108
4.3 Diagram Frekuensi Pesan Dakwah .....	114

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dakwah berarti usaha yang dilakukan oleh seorang muslim untuk memberikan stimulus kepada orang lain agar memahami, meyakini, dan kemudian dapat menginternalisasi ajaran Islam sebagai pedoman dalam kehidupan sehari-hari. Tujuan dari kegiatan dakwah sendiri yaitu mengurangi secara komprehensif tindakan yang tidak baik (*nahi mungkar*) dalam diri mitra dakwah, dengan menyampaikan ajaran agama Islam yang telah dibawa serta diperjuangkan Rasulullah SAW. Islam sebagai agama dakwah yakni agama yang menegaskan umatnya untuk menyebarluaskan dan menyiarkan Islam kepada seluruh umat manusia sebagai rahmat bagi seluruh alam. Islam sebagai agama Allah SWT yang mengatur kehidupan di dunia dan untuk mencapai kebahagiaan hidup di akhirat.<sup>1</sup>

Istilah lain menyebutkan bahwa dakwah merupakan risalah yang bersifat umum, dakwah tertuju ke manusia secara keseluruhan tanpa terkecuali dan untuk rahmat bagi setiap hamba Allah SWT, baik dari Arab maupun non Arab, barat maupun timur, dan segala warna kulit.<sup>2</sup>

Acap kali ketika mendengar kata “dakwah”, yang terlintas dalam benak beberapa orang adalah aktivitas menyampaikan ajaran Islam yang hanya sebatas dengan lisan, misalnya khitabah/ceramah dan *khotbah*. Hal itu sangat wajar bagi paradigma orang awam, walaupun pada dasarnya dakwah dapat disampaikan dalam bentuk

---

<sup>1</sup>Djamaludin Ancok dkk. *Pers dan Penyebaran Pesan-pesan Agama*. (Bandung : Puspandai Press, 2000), 28.

<sup>2</sup>Yusuf Qardhawiy. *Pengantar Kajian Islam*. (Jakarta : Pustaka Al kautsar, 1996), 339.

atau metode lain, yaitu dakwah *bil Hal* (perbuatan) dan *bil Qalam* (tulisan).<sup>3</sup>

Metode dakwah *bil Hal* (perbuatan) menekankan pada aksi atau aktualisasi dari pesan dakwah, misalnya bakti sosial dan pelaksanaan program kerja di masyarakat yang dapat menambah keimanan seseorang. Sedangkan metode dakwah *bil Qalam* (tulisan) di antaranya dengan menerbitkan majalah, buku, koran, bulletin, artikel online, pemberitaan online, dan sebagainya. Dakwah *bil Qalam* merupakan salah satu metode dakwah yang efektif, karena pesan yang telah dipublikasikan dapat dilihat oleh semua kalangan masyarakat, sebab penyebarannya dilakukan secara masal.

Dakwah secara fundamental merupakan tugas pokok Rasulullah SAW yang diperintah Allah SWT untuk mengajarkan ajaran Islam kepada kaumnya, agar mereka beriman dan beribadah kepada-Nya, seperti yang digariskan dengan syariah yang dibawanya.<sup>4</sup> Kemudian setelah selesai masa Rasulullah SAW, berdakwah menjadi tanggungjawab tiap umat muslim, sebagaimana Firman Allah SWT dalam Alquran surat Ali-Imran ayat 104 sebagai berikut:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ

وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang

---

<sup>3</sup>Asyur Amin. *Dakwah Islam dan Pesan Moral*. (Jogjakarta : Kurnia kalam Semesta, 2002), 3.

<sup>4</sup>Alwisral Imam Zaidallah. *Strategi Dakwah dalam Membentuk Da'i*. (Jakarta : Kalam Mulia, 2002), 9.

ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung.” (Q.S Ali Imran : 104).<sup>5</sup>

Ali Aziz dalam bukunya Ilmu Dakwah menakwilkan bahwa dalam kehidupan di tengah masyarakat, acap kali dakwah diartikan seperti dalam hadis al-Bukhari, bahwa ulama sebagai pendakwah menyampaikan pesannya dihadapan khalayak. Akhirnya dakwah dipahami sebagai tugas ulama semata, bentuk dakwahnya pun hanya ceramah agama, dan mitra dakwah selalu terdiri banyak orang.<sup>6</sup>

Namun juga menurut Ali Aziz di dalam buah karyanya itu mengemukakan bahwa kualifikasi pendakwah terdapat dua macam yaitu yang pertama, secara umum di mana setiap muslim yang mukalaf (sudah dewasa). Kewajiban dakwah telah melekat tak dapat terpisahkan dalam diri mereka, sesuai dengan kemampuan masing-masing sebagai realisasi perintah Rasulullah SAW untuk menyampaikan Islam kepada semua orang walaupun hanya satu ayat.<sup>7</sup>

Kualifikasi yang kedua secara khusus adalah muslim yang telah mengambil spesialisasi (*mutakhashish*) dibidang agama Islam, yaitu ulama dan sebagainya. Dalam hadis yang diriwayatkan oleh Muslim dari Tsauban yang dikutip dari buku ilmu dakwah Ali Aziz, Nabi Muhammad SAW bersabda:

*“Di antara umatku selalu ada sekelompok yang selalu menegakkan kebenaran. Orang yang membenci mereka tidak dapat memberikan bahaya kepada mereka. Hingga datangnya keputusan Allah, mereka pun seperti itu”.*

---

<sup>5</sup>Kementerian Agama RI. Alquran dan Terjemah New Cordova. (Bandung : Syaamil Quran, 2012), 63.

<sup>6</sup>Moh. Ali Aziz. *Ilmu Dakwah*. (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2004), 02.

<sup>7</sup>*Ibid.*, 216.

Di mana pun, kapan pun, dan bagaimana pun pendakwah selalu hadir untuk mempelajari ajaran Islam sekaligus memperkenalkannya kepada masyarakat luas.<sup>8</sup>

Pendakwah tersebut tentunya memiliki visi yang ingin dicapai dalam aktivitas dakwahnya, agar efektif dan efisien ketika mencapai visi tersebut maka pendakwah harus memperhitungkan dengan matang elemen atau komponen dakwah untuk mendukung hal tersebut secara baik dan tepat.<sup>9</sup>

Dakwah *bil Qalam* merupakan metode dakwah yang tepat digunakan di era modern seperti sekarang ini, mengingat perkembangan media cetak maupun media online atau elektronik yang semakin pesat. Metode Dakwah *bil Qalam* sangat baik digunakan, karena dengan berdakwah menggunakan metode tulisan, pesan dakwah yang disampaikan, bisa dinikmati seluruh kalangan masyarakat dalam waktu yang singkat.

Dakwah *bil Qalam* memiliki beberapa kelebihan jika di bandingkan dengan dakwah *bil Lisan*, yakni dengan tulisan baik itu dari surat kabar, koran, majalah, buletin, media online, dan media cetak lainnya. Pesan-pesan dakwah yang disampaikan dapat dikaji ulang dan dipelajari serta disimpan untuk dibaca kembali setiap saat.<sup>10</sup>

Penggunaan media online sebagai media dakwah merupakan sebuah tuntutan yang harus berjalan pada era digital saat ini. Melihat kuantitas pengguna atau pencari informasi ke-Islaman media online semakin banyak. Media online sebagai penyedia informasi dan termasuk jenis media komunikasi ini, mengalami peningkatan yang fantastis. Banyak keunggulan dari keberadaan media

---

<sup>8</sup>*Ibid.*, 217.

<sup>9</sup>Samsul Munir Amin. *Ilmu Dakwah*. (Jakarta : Amzah, 2009), 114.

<sup>10</sup>*Ibid.*, 255.

online ini, salah satunya mampu menyajikan informasi lebih cepat dibanding media massa lainnya, sehingga tayangan informasi menjadi *up to date* (terbaru).

Proses pelaksanaan dari media online dakwah ini telah menempati posisi dan peran “mediasi”, terlibat sebagai pihak ketiga, “penyampai (*transmitters*)” berbagai pesan dakwah (*al khayr, amr ma'ruf, dan nahy munkar*) kepada pihak-pihak di luar dirinya. Pengirim (*sender*) pesan dakwah dalam konteks media online ini merupakan kontruksi dari wartawan kepada khalayak (*audience*). Bahkan media online ini dapat dipakai oleh para da'i atau mubalig untuk menyebarkan ajaran-ajaran Islam secara pribadi kepada khalayak dengan jumlah yang banyak dan sekaligus menyerap berbagai informasi yang telah tersajikan dari media online.<sup>11</sup>

Keberadaan media online yang bertajuk ke-Islaman dan menebarkan pesan keagamaan atau pesan dakwah di Indonesia telah merambah sangat pesat. Industri media tersebut memuat pemberitaan atau kajian ke-Islaman, dengan menggunakan sarana website yang mana primordialnya untuk melanggengkan atau mempermudah proses pencarian di *Index* Google. Kaitannya dalam hal ini beberapa di antaranya adalah Islami.co, Nu.or.id, Eramuslim.com, radioonline.co.id, MyQuran.Com, Ukhuwah.or.id, Isnet.com, pesantrenvirtual.com, Voa-Islam.com, dan masih banyak lagi.

Mengacu data tahun 2007 dan 2008 terkait jumlah situs atau *website* Islam yang berkembang di Indonesia ada sekitar 420 situs dengan memasukkan beberapa kategori konten ke-Islaman, di antaranya: situs tentang kewanitaan, hidup berkeluarga, anak-anak, dan sebagainya. Data tersebut selain diklasifikasikan atas

---

<sup>11</sup>Anwar Arifin. *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*. (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2011), 90.



kategori konten, juga digolongkan sebagai paham atau aliran keagamaan dalam Islam. Kegiatan pengklasifikasian dari penelusuran ini, ada beberapa situs yang dinilai mempunyai kaitan atau tendensi dengan golongan, aliran, atau paham dalam Islam seperti Muhammadiyah, Nahdhatul Ulama (NU), Persis, dan lainnya. Penelusuran ini menemukan ada sekitar 110 situs yang memiliki afiliasi pada golongan, aliran, atau paham tertentu.<sup>12</sup>

Peneliti dalam hal ini menyantumkan beberapa media online yang menyajikan pesan-pesan atau konten keagamaan, di antaranya: dalam media online YouTube, sebenarnya banyak sekali *content creator* yang membuat konten keagamaan, akan tetapi dalam hal ini peneliti mengambil salah satu contoh pada akun *Telkomsel*. Pesan dakwah dalam media online YouTube ini dengan judul “*Web Series Pulang-Pulang Ganteng*” disampaikan dalam model film pendek ber-episode. Hal ini memperlihatkan bahwa berdakwah zaman modern ini dapat dilakukan dengan membuat film pendek yang diunggah ke YouTube. *Pulang-Pulang Ganteng* ini bergenre drama komedi, dengan mengisahkan seorang pemilik *barbershop* bernama Gilang yang sedang mempertahankan usahanya untuk tetap beroperasi pada waktu sholat Tarawih dan di dalam film pendek tersebut tersisip pesan dakwah baik itu akidah, akhlak, dan syariah. Lebih khusus pesan-pesan tersebut terkait dengan ajakan untuk memperkuat keimanan, mengajak sholat berjamaah secara rutin, berperilaku baik kepada tetangga dan teman, menjaga kerukunan dari keluarga sampai masyarakat, berhati-hati disetiap perkataan, dan

---

<sup>12</sup>Amar Ahmad. “*Perkembangan Media Online dan Fenomena Disinformasi (Analisis pada Sejumlah Situs Islam)*” *Jurnal Pekommas* , vol.16, no. 3, 2013, 182.

saling mendoakan sesama muslim. Cerita yang sederhana dan sangat relevan dengan kehidupan sehari-hari menjadi poin lebih dari mini series ini yang sudah ditunjukkan sejak episode pertama.

Dakwah di zaman kontemporer ini berlomba-lomba untuk menyebarkan pesan keagamaan yang dibungkus semenarik mungkin dan sekreatif mungkin. Seperti halnya berdakwah di media online dengan platform *Webtoon* dengan judul *Laa Tahzan: Don't be sad*. isinya terinspirasi dari Alquran dan Hadis, komik Islami, dan Anime. *Webtoon* ini terus dikembangkan dengan baik oleh *author*-nya mulai dari gambar karakter-karakter yang ada di *Webtoon* ini yang semakin mengalami peningkatan dalam hal kualitas gambar atau karakternya, dalam *Webtoon* ini menyajikan hal hal yang sederhana dalam agama Islam seperti menyangkut persoalan ajakan memperkuat keimanan, mengajak beribadah, berperilaku baik kepada sesama dan lingkungan, menjaga kerukunan dari keluarga sampai masyarakat, berhati-hati disetiap perkataan, saling tolong menolong dan mendoakan sesama muslim ataupun non muslim. Semuanya masuk dalam tiga kategori pesan dakwah yaitu akidah, akhlak, dan syariah. Tentunya disajikan secara ringan dan menarik sehingga mudah dipahami oleh pembacanya, dan dalam setiap episode juga selalu ada dalil Alquran dan hadis yang di letakkan di setiap akhir dari cerita di *Webtoon* ini.

Dua diantara yang telah tersebut di atas, ada lagi dakwah di platform Instagram. Peneliti mengambil salah satu akun dakwah yakni *@Sahabat\_Islami*. Akun tersebut telah diikuti oleh 639k per-Mei. Cara berdakwah dalam akun ini menampilkan secara visual maupun audio dalam menyiarkan pesan keagamaan. Lebih banyak menampilkan secara visual daripada audio. Pokok pesan dakwahnya menyangkut akidah, akhlak, dan syariah.

Seperti mengutip pesan sabar dari beberapa tokoh muslim, Alquran, atau hadis. Keutamaan saat sujud, dahsyatnya sholat fajar, mengajak untuk bersedekah, dll. Akun ini lebih menayangkan konten yang bersumber dari Alquran dan hadis. Semisal seperti kutipan dari Hadis Abu Daud, Ahmad, Tirmidzi, dan lain sebagainya. Kalau ayat Alquran ditampilkan dengan audio (*murottal*) dengan maksud tadabur pada ayat-ayat Alquran.

Media-media itu dapat disebut dengan media dakwah, jika media tersebut merupakan sarana yang dipakai untuk mencapai tujuan tertentu yaitu menyampaikan materi dakwah (dogma Islam) kepada *mad'u* dengan penyebaran yang sangat luas, baik itu dilakukan oleh dai atau wartawan. Zaman kotemporer ini, untuk menyiarkan keagamaan mudah dilakukan. Beberapa media online yang bukan non-Islam juga menyajikan pemberitaan terkait ajaran ke-Islaman baik itu diungkapkan secara eksplisit atau pun implisit..

Penyebaran kajian atau berita ke-Islaman dari media telah mengalami progresifitas, yang dulu tema dari setiap tayangan tergantung pada waktu siaran. Saat ini untuk melihat tema yang berbeda kapan pun telah tersedia, melalui media online konten sudah diklasifikasikan menurut temanya. Setiap media tentunya memiliki beberapa tampilan kategori rubrikasi. Media satu dengan media yang lain pastinya mempunyai rubrikasi yang berbeda. Hal itu sesuai dengan kebijakan dari setiap industri media. Intervensi industri media dengan golongan tertentu menjadi salah satu yang memengaruhi media dan konten yang hendak ditampilkan. Pengaruh tersebut berimplikasi pada konten atau penggunaan media yang membentuk kondisi tertentu yang telah mengalami pengonstruksian media kepada asosiasi manusia. Bahkan, identitas media menjadi tersembunyi karena konsumen media saat ini telah membutuhkan

dengan penyajian “konten” yang secara tidak sadar mengaburkan karakter dari media itu sendiri.

Pembuatan dan penyebaran konten berita dalam media online tersebut tentunya telah mengalami kontruksi dari wartawan yang mampu dengan instan membangun persepsi publik dalam wacana yang disajikan. Menurut McLuhan seperti dikutip dari buku *Memetakan Lanskap Industri Media Kontemporer di Indonesia* mengatakan implikasi dari perkembangan teknologi tidak hanya bermain di lingkup opini atau konsep semata, tetapi secara tidak sadar dapat mengubah tingkat rasional berpikir atau dimensi persepsi secara terus menerus dan mengikis tanpa ada tindakan perlawanan apapun.<sup>13</sup> Maka dari itu, lewat perspektif McLuhan peneliti memandang perlu melakukan penelitian ini, karena dapat terlihat media dalam menyajikan konten pasti ada konsep yang ingin dibawa. Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui pesan apa saja yang akan ditampilkan dari media yang menjadi objek penelitian peneliti dan berapa persentase kategori pesannya, serta pesan apa yang paling mendominasi dalam narasi pemberitaan.

Jawa Pos dalam kaitan tersebut, merupakan salah satu dari berbagai media online yang ada, dan merupakan kajian objek penelitian peneliti. Media online Jawa Pos merupakan bagian dari salah satu produk Jawa Pos Grup, dan mempunyai anak turunan lebih dari 200 media yang tersebar di seluruh Indonesia, dari Sabang sampai Merauke dengan identitas jaringan media terbesar di Indonesia. Bermula dari sebuah koran kecil di Surabaya yang didirikan pada 1 Juli 1949. Hingga akhirnya pada

---

<sup>13</sup>Yanuar, Dinita, dan Shinta. *Memetakan Lanskap Industri Media Kontemporer di Indonesia*. (Jakarta : Centre for Innovation Policy and Governance, 2013), 17.

1970-an, penghasilan koran tersebut menurun, dan lantas The Chung Shen menjual aset Jawa Pos kepada PT. Grafiti Pers pada 1982, yang pada waktu itu dikepalai Eric Samola dengan jabatan *president director* PT. Grafiti Pers. Kemudian menunjuk Dahlan Iskan untuk memimpin Jawa Pos. Masa kepemimpinan Dahlan Iskan, ia mulai mengakuisisi koran Harian Suara Indonesia, yang mana cikal bakal dari Radar Surabaya. Jawa Pos Group mengakuisisi pada 1987, dan resmi beredar di tangan pembaca pada 24 Februari 2001. Kini bisnis Jawa Pos kian merambah pada media televisi, event, dan digital. Lima tahun setelah kepemimpinan Dahlan Iskan Jawa Pos Group memasuki bisnis digital dengan menghadirkan Jawa Pos News Network (JPNN).<sup>14</sup>

Peneliti dalam hal ini tentunya telah melakukan pemilihan dari berbagai media online mainstream yang menyajikan berita yang sama yakni penjual bakso di Terminal Purabaya. Hemat peneliti, dalam memilih media online Jawa Pos bukan tanpa sebab, hal ini terlihat dari komparasi dengan media online mainstream yang lain, bahwa media Jawa Pos mampu menyajikan berita-berita teraktual, tervaliditas, dan tingkat kredibilitas informasi dalam ruang regional Jawa Timur serta di luarnya.

Kendati ada media mainstream lain juga akan melakukan hal yang sama, karena hal itu bagian dari aturan-aturan industri media. Akan tetapi tidak banyak media yang mencantumkan nama wartawannya di beranda berita yang tersajikan, serta banyak media yang mengulang berita yang sama untuk menarik para pembaca lebih banyak dengan menampilkan berita yang pernah diunggah dengan cara mengganti foto dan judul berita. Sehingga pemberitaan yang lama akan tergeser di

---

<sup>14</sup><http://www.jawapos.com>. Diakses pada 24 Januari 2020.

*search Google*. Pemberitaan “*Penjual Bakso*” Jawa Pos ini berbeda dengan media lain juga pada gaya penulisannya, dalam berita yang disajikan Jawa Pos ini lebih terkemas dengan bentuk tulisan *features*. Wartawan mampu menggambarkan secara komprehensif realitas sosial yang ada itu, dan menonjolkan sisi humanistiknya.

Industri media saat ini terkhusus pada media online, realitasnya banyak yang melakukan penyaduran. Artinya tidak semua media yang benar-benar melakukan peliputan lapangan, benar-benar mewawancarai objeknya, mereka hanya melakukan penyaduran terhadap pemberitaan media online mainstream yang lain. Hal ini dapat diperkuat dengan pernyataan M. Ihsan Yurin dalam tulisannya di website [remotivi.or.id](http://remotivi.or.id).<sup>15</sup>

Peneliti melihat pemberitaan Jawa Pos ini telah menaati kode etik, karena telah tertera nama wartawan di laman pemberitaan media online Jawa Pos. Pernyataan ini diperkuat dalam bagian keredaksian dan pedoman media siber yang telah dicantumkan pihak Jawa Pos di berandanya. Sebagai media tertua di Jawa Timur yang masih beroperasi, tentunya Jawa Pos bertanggungjawab dalam mempertahankan validitas informasi yang disajikan, dengan dasar menjaga kepercayaan konsumen setia Jawa Pos baik dalam produk massa atau siber. Perihal tersebut dikuatkan dengan penghargaan yang telah disebet Jawa Pos dalam meraih World Young Reader Prize 2011, juga The 11th Asian Media Awards pada Asia Publish 2012 Konvensi WAN-IFRA di Bali Nusa Dua Convention Center (BNDCC), Nusa Dua, Bali pada 11 April 2012, dan selanjutnya.

Hal kepercayaan itu berimplikasi pada berita yang di sampaikan Jawa Pos. Industri media tersebut mempunyai

---

<sup>15</sup><http://remotivi.or.id/di-balik-layar/568/malas-reportase-sendiri-menyadur-pun-jadi>. Diakses pada 6 Maret 2020.

peran yang cukup pokok dalam membentuk persepsi, wawasan, dan pengetahuan masyarakat. Industri media Jawa Pos diketahui bahwa notabene sebagai industri media umum (bukan berideologi Islam), artinya Jawa Pos bukan media yang terfokus pada pemberitaan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan ke-Islaman.

Objek penelitian peneliti tersebut dibedah menggunakan Analisis Isi. Peneliti ingin mengetahui ada berapa persentase pesan dakwah yang disajikan oleh Jawa Pos dalam pemberitaan "*Penjual Bakso di Terminal Purabaya Beri Bakso Gratis Penghafal Alquran*" tersebut melalui distribusi frekuensi, karena analisis isi membicarakan mengenai komunikasi yang tampak (*manifest*). Peneliti mengasumsikan bahwa Jawa Pos termasuk media yang bukan berideologi Islam tapi dapat menyajikan pesan-pesan ke-Islaman di dalam rubrik yang bersifat global. Tidak banyak menggunakan dalil seperti media online yang berafiliasi pada ajaran tertentu tapi pesan dakwah atau ajakan untuk berbuat baik itu disampaikan dengan gaya humanistiknya. Maka peneliti ingin mengetahui ketika Jawa Pos menyampaikan atau menyajikan konten pesan dakwah, berapa banyak persentase kategori pesan dakwah yang coba ditampilkan.

Berdasar latar belakang tersebut peneliti menjadi tertarik untuk melakukan penelitian bahwa Jawa Pos dapat mengontruksi pesan dakwah dalam realitas sosial yang ada, kemudian peneliti ingin mengetahui kategori pesan dakwah serta persentasenya. Cara Jawa Pos merepresentasikan realitas sosial penjual bakso beri makan gratis penghafal Alquran dan anak yatim piatu, di daerah Terminal Purabaya yang menonjolkan sisi ke-Islamannya dan dipadukan dengan unsur humanistiknya pada Radarsurabaya.jawapos.com itu yang menjadi fokus penelitian peneliti.

Peneliti memberikan sedikit gambaran mengenai pemberitaan dari Jawa Pos yang menggelitik peneliti untuk melakukan penelitian. Salah satu kalimat yang dikonstruksi wartawan Jawa Pos dengan eksplisit menekankan tema sedekah yakni *“Pria yang juga guru ngaji itu mengaku, mulai berjualan bakso sejak tahun lalu. Semenjak itu pula, Saiful memiliki niat untuk menggratiskan dagangannya. Terutama bagi penghafal Alquran dan anak yatim piatu. Baginya, hal itu merupakan bentuk penghargaan bagi penghafal kitab suci Islam tersebut”*.

## **B. Rumusan Masalah**

Pembahasan pada latar belakang sebelumnya adalah upaya untuk mendapatkan gambaran tentang permasalahan yang akan diteliti, dan rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yakni:

1. Pesan dakwah apa saja yang ada dalam pemberitaan “Penjual Bakso di Terminal Purabaya Beri Bakso Gratis Penghafal Alquran” pada Media Online Jawa Pos?.
2. Pesan dakwah apa yang paling dominan dalam pemberitaan “Penjual Bakso di Terminal Purabaya Beri Bakso Gratis Penghafal Alquran” pada Media Online Jawa Pos?.

## **C. Tujuan Penelitian**

Eksplikasi rumusan yang telah dipaparkan di atas, maka penulis melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui:



1. Pesan dakwah apa saja yang ada dalam pemberitaan “Penjual Bakso di Terminal Purabaya Beri Bakso Gratis Penghafal Alquran” pada Media Online Jawa Pos?.
2. Pesan dakwah yang paling dominan dalam pemberitaan “Penjual Bakso di Terminal Purabaya Beri Bakso Gratis Penghafal Alquran” pada Media Online Jawa Pos.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

##### **1. Manfaat Teoretis**

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran bagi masyarakat pada umumnya dan mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Konsentrasi Jurnalistik khususnya dalam memperkaya wawasan mengenai penelitian pada media online, juga terkait konsep analisis isi terhadap berita suatu media, serta sebagai kontribusi pemikiran dalam pengembangan ilmu komunikasi, terutama penyajian pesan dakwah dalam media online.

##### **2. Manfaat Praktis**

Peneliti menginginkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat menjadi acuan untuk mengetahui bahwa media memiliki pesan yang hendak tersampaikan secara eksplisit maupun implisit melalui pemberitaan suatu berita. Selain itu penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan untuk memperkaya wawasan bagi praktisi media.

## E. Definisi Konsep

### A. Pesan Dakwah

Pesan dakwah merupakan proses komunikasi yang mengandung pesan atau muatan nilai-nilai keilahian, ideologi, dan kemaslahatan baik secara eksplisit maupun implisit. Esensi dari pesan dakwah dapat dilihat dari pesan apapun yang disampaikan, selama tidak mengandung pertentangan dengan sumber pokok yakni Alquran dan Hadis.

Toto dalam bukunya menjelaskan definisi pesan dakwah merupakan segala bentuk penyampaian pesan yang bersumber dari Alquran dan As-Sunnah baik secara tulisan maupun dengan pesan-pesan risalah atau pun lisan.<sup>16</sup>

Pesan dakwah pada dasarnya berisikan materi dakwah yang tidak terlepas dari ajaran Islam. Pesan yang memuat ajaran-ajaran Islam bersumber dari Alquran dan As-Sunnah dapat dikategorikan menjadi pesan ke-Imanan (Akidah), persoalan budi pekerti (Akhlak), dan persoalan hukum Islam (Syariah).<sup>17</sup> Prinsip dari pesan dakwah adalah mengajak kepada kebaikan untuk menuju pada kebenaran yakni kebenaran Allah SWT. Penjabaran dari kategori pesan dakwah tadi, peneliti merelevankan dalam hal pemberitaan “Penjual Bakso di Terminal Purabaya Beri Bakso Gratis Penghafal Alquran” ini, probabilitasnya dapat ditekankan pada ketiga aspek pesan dakwah tersebut yaitu Akidah, Akhlak, dan Syariah secara nilai yang ditonjolkan dalam pemberitaan media online Jawa Pos tersebut.

---

<sup>16</sup>Toto Tasmara. *Komunikasi Dakwah*. (Jakarta : Gaya Media Pratama, 1997), 43.

<sup>17</sup>Wardi Bachtiar. *Metdologi Penelitian Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1997),33-34.

## B. Media Online Jawa Pos

Media Online memiliki dua suku kata yakni “Media” dan “Online”. Term dari “Media”, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah alat; sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk; yang terletak diantara dua pihak (orang, golongan, dan sebagainya), perantara; penghubung. Sedangkan “Online” sendiri asal kata dari bahasa Inggris dan memiliki padanan dalam Bahasa Indonesia yaitu daring, yang diartikan dalam jaringan, dengan istilah dapat mengakses jika terhubung melalui jejaring komputer, internet, dan semacamnya.<sup>18</sup>

Septiawan mengeksplikasikan media online lahir sebagai sebuah entitas media yang berdasar pada pengertian komunikasi yang dilakukan jarak jauh, artinya proses komunikasi terjadi dengan menembus ruang dan waktu. Media juga sebagai sarana dengan paradigma bahwa informasi yang disajikan lewat media bersifat *update* (terbaru), aktual (sedang menjadi pembicaraan orang banyak), dan semua orang dapat menjangkaunya dari seluruh belahan dunia yang tentunya harus memiliki akses internet untuk menelusurinya.<sup>19</sup>

JawaPos.com merupakan bagian dari bentuk media online, sebagai objek penelitian peneliti bahwa JawaPos.com ini merupakan keturunan dari Jawa Pos Grup, yang di dalamnya menyajikan beberapa kategori dan rubrikasi berita yang beragam, berisi artikel-artikel, berita cerdas dan mendalam. Saat ini lebih dari 200 media tersebar di seluruh

---

<sup>18</sup>KBBI V 0.2.1 Beta (21.)

<sup>19</sup>Septiawan Santana K. *Jurnalisme Kontemporer*. (Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017), 137.

Indonesia, dari Sabang sampai Merauke, Jawa Pos Grup berhasil dan terus berusaha menjadi penyedia informasi terlengkap, terdepan, dan terpercaya di Tanah Air.<sup>20</sup>

### 3. Analisis Isi

Analisis isi (*Content Analysis*) merupakan kegiatan penelitian yang pembahasannya dilakukan secara mendalam terhadap substansi suatu informasi baik dalam format tulis atau lisan pada media massa. Analisis isi dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi. Mulai dari surat kabar, radio, televisi, maupun semua bahan-bahan dokumentasi yang lain. Hampir semua disiplin ilmu sosial bisa menggunakan analisis isi sebagai teknik metode penelitian. Analisis isi kuantitatif ini harus dibedakan dengan jenis-jenis analisis isi lainnya, seperti semiotika, framing, wacana, naratif, dan sebagainya. Analisis isi kuantitatif memiliki karakter dan ciri yang berbeda dibanding dengan analisis teks lainnya. Untuk lebih memperjelas karakter dan ciri dari analisis isi kuantitatif, bab ini akan menjelaskan gambaran secara universal definisi dan karakteristik dari analisis isi kuantitatif.

Analisis isi kuantitatif ini secara umum dapat didefinisikan sebagai suatu teknik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi. Analisis isi ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan sistematis isi komunikasi yang tampak (manifest), dan dilakukan secara objektif, valid, reliabel, dan dapat direplikasi. Analisis isi juga dapat dikatakan sebagai suatu teknik penelitian

---

<sup>20</sup><http://www.jawapos.com>. Di akses pada tanggal 7 Februari 2020,

untuk memperoleh gambaran isi pesan komunikasi massa yang dilakukan secara objektif, sistematis, dan relevan secara sosiologis, uraian analisisnya boleh saja menggunakan tata cara pengukuran kuantitatif atau kualitatif bahkan keduanya sekaligus.

*Content analysis* berangkat dari anggapan dasar ilmu-ilmu sosial bahwa studi tentang proses dan isi komunikasi adalah dasar dari studi-studi ilmu sosial. Deskripsi yang diberikan para ahli sejak Janis, Berelson sampai Lindzey dan Aronson tentang *content analysis*, selalu menampilkan tiga syarat, yaitu objektivitas, pendekatan sistematis, dan generalisasi.<sup>21</sup>

Menurut Barelson, analisis isi adalah suatu teknik penelitian yang dilakukan secara objektif, sistematis, dan deskripsi kuantitatif dari isi komunikasi yang tampak (manifest).<sup>22</sup>

## **F. Sistematika Pembahasan**

Sistematika dalam penulisan skripsi merupakan hal yang signifikan karena dalam hal ini sistematika berfungsi untuk menyatakan garis besar dari tiap-tiap bab yang relevan dan terstruktur. Karya skripsi ini bersifat ilmiah maka hal terkait sistematika harus jelas dan dapat dipertanggungjawabkan. Bentuk dan format penulisan juga harus sesuai prosedur yang berlaku. Maka dari pemahaman semi ini mempermudah pembaca melihat bahasan penelitian peneliti, dalam hal ini peneliti membagi ke dalam lima bab, yang terdiri dari beberapa sub-bab. Sistematika penulisannya antara lain:

---

<sup>21</sup>Burhan Bungin. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. (Jakarta : Rajawali Pers, 2002), 84.

<sup>22</sup>Eriyanto. *Analisis isi*. (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2011), 15-16.

**BAB I.** berisi terkait Pendahuluan yang terdapat enam hal pokok, mulai Latar Belakang yang memaparkan alasan peneliti mengambil *mid of point* penelitian, dilanjutkan dalam Rumusan Masalah yang mana pada bagian ini berisi tentang titik masalah yang akan diteliti dalam bentuk pertanyaan yang hendak dijawab dalam penelitian, kemudian Tujuan Penelitian yang menunjukkan target yang hendak dicapai peneliti dalam penelitian, selanjutnya Manfaat Penelitian yang menjelaskan secara gamblang dari hasil penelitian, beralih ke Definisi Konsep yang menjelaskan terkait penggunaan beberapa konsep dalam penelitian, berlanjut ke Sistematika Pembahasan yang berisikan penjabaran garis besar inti dari pembahasan dalam setiap bab dengan susunan mulai awal hingga akhir penelitian.

**BAB II.** berisi mengenai Kajian Teoretik, dengan sub bab mulai dari Kerangka Teoritik yang menjelaskan tema penelitian secara konseptual, penjelasan itu mendukung gambaran umum meliputi pesan dakwah, media online, dan analisis isi. Kerangka ini dimaksudkan untuk mempermudah menyatukan pemahaman antara peneliti dan pembaca. Selanjutnya membahas terkait Penelitian Terdahulu yang Relevan yang pernah dilakukan penelitian untuk mengetahui orisinalitas dari penelitian peneliti.

**BAB III.** berisi tentang Metode Penelitian, dalam bab ini memaparkan mengenai kegiatan penelitian yang dilakukan oleh peneliti di lapangan dalam memperoleh data. Pada bab ini memuat beberapa sub pembahasan yang meliputi Pendekatan dan Jenis Penelitian, Unit Analisis, Populasi dan Sampel, Teknik Pengumpulan Data, Indikator Penelitian, dan Teknik Analisis Data.

**BAB IV.** berisi tentang Hasil Penelitian dan Pembahasan, dalam bab ini memuat tentang gambaran umum subjek penelitian yakni Jawa Pos, penyajian data

menjelaskan mengenai data dan fakta subyek yang terkait dengan rumusan masalah. dan analisis data, serta pembahasan yang berkaitan dengan analisis isi mengenai pemberitaan Jawa Pos “Penjual Bakso di Terminal Purabaya Beri Bakso Gratis Penghafal Alquran”. Sehingga dapat mengetahui konstruksi pesan dakwah yang berhubungan dengan media online Jawa Pos tersebut.

**BAB V** berisi terkait Penutup. Peneliti akan memberikan kesimpulan dari setiap permasalahan dalam penelitian. Pada bab ini akan disajikan kesimpulan terkait penelitian ini secara ringkas jelas dan menarik sehingga mudah dicerna oleh siapa pun, terutama peneliti selanjutnya. Selain itu, peneliti juga memberikan rekomendasi kepada para pembaca laporan penelitian ini. Pada bab ini juga menyertakan saran dan rekomendasi kepada para pembaca.

## BAB II

### KAJIAN TEORETIK

#### A. Kerangka Teoretik

1. Konsep Pesan Dakwah
  - a. Definisi Pesan Dakwah

Pesan merupakan penyampaian komunikator secara komprehensif. Lebih luas lagi pesan merupakan segala bentuk yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima.<sup>1</sup> Pesan yang dimaksudkan ini disampaikan dalam wujud simbol, baik disampaikan secara verbal (lisan) atau nonverbal (non-lisan). Simbol lisan yakni berupa kata-kata, sedangkan simbol non-verbal adalah wujud dari penyampaian yang memandang di luar kata-kata yaitu dengan nada suara atau gerak fisik (*gestures*), gerak mata, ekspresi wajah, memainkan tangan, memainkan jari-jemari atau sikap badan (*postures*), penampilan (*appearance*), isyarat, serta membunyikan alat atau menampilkan warna.<sup>2</sup>

Dakwah ditinjau dari segi bahasa, berasal dari bahasa Arab yakni دعا يدعوا-دعوة (*da'a-yad'u-da'watan*). Kata dakwah tersebut merupakan *ism masdar* dari kata *da'a* yang ketika merujuk Ensiklopedia Islam diartikan sebagai “Ajakan kepada Islam”. Kata *da'a* di dalam Alquran, diucapkan dengan berulang-ulang sebanyak lima kali, sedangkan kata *yad'u* terulang sebanyak

---

<sup>1</sup>Wahyu Ilahi. *Komunikasi Dakwah*. (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2010), 97.

<sup>2</sup>M.S. Hidayat. *Public Speaking dan Teknik Presentasi*. (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2006), 43.



delapan kali dan kata *dakwah* terulang sebanyak 4 kali.<sup>3</sup>

Pertama kali kata *da'a* ini dipakai dalam Alquran dengan makna mengadu (meminta pertolongan kepada Allah) yang subjeknya yakni Nabi Nuh A.S. Kemudian kata ini bermakna memohon pertolongan kepada Tuhan yang subjeknya yakni manusia (umum). Setelah itu, kata *da'a* bermakna menyeru kepada Allah yang subjeknya yakni kaum muslimin. Dakwah adalah menyeru pada kebajikan dan melandasinya dengan iman dan takwa.

Dakwah merupakan tindakan mendorong untuk mengajak orang agar berbuat baik.<sup>4</sup> Dai atau pendakwah berarti penyeru (subjek) atau dalam ilmu komunikasi disebut komunikator (penyampai pesan) dan mitra pertukaran informasi atau tujuan disampaikannya dakwah ini disebut *mad'u* (mitra dakwah) atau komunikan (penerima pesan).<sup>5</sup> Ada beberapa tokoh cendekiawan berpendapat mengenai pengertian dakwah, diantaranya:

- 1) Prof. Toha Yahya Oemar menyatakan bahwa dakwah adalah tindakan baik yang dilalui dengan kebijaksanaan dan menyeru ke jalan Tuhan serta merelevansi dengan kemaslahatan umat Islam.

---

<sup>3</sup>Dermawan Andy. *Metodologi Ilmu Dakwah*. (Yogyakarta : LESFI, 2002), 87.

<sup>4</sup>Drs. Samsul Munir Amin, M.A. *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*. (Jakarta : Amzah , 2008), 3.

<sup>5</sup>Jum'ah Amin Abdul Aziz. *Fiqih Dakwah: Studi Atas Berbagai Prinsip dan Kaidah yang Harus Dijadikan Acuan dalam Dakwah Islamiah*. (Solo : Surakarta Era Adicitra Intermedia, 2011), 23.

- 2) Syekh Ali Malhfudz di dalam kitabnya *Hidayatul Mursyidin* menguatkan definisi dakwah yakni ajakan atau persuasif kepada manusia agar bertindak baik dan mengikuti hidayah atau petunjuk Allah. Beramar ma'ruf nahi mungkar agar memperoleh kebahagiaan sejati di dunia dan akhirat.
- 3) Hamzah Ya'qub hampir senada dengan Prof Toha, yang mana dakwah diartikan sebagai ajakan yang lagi-lagi harus didasari oleh Bil Hikmah atau dengan jalan kebijaksanaan untuk mengikuti hidayah yang diberikan Allah berupa petunjuk.<sup>6</sup>
- 4) Prof. Dr. Hamka mendefinisikan dakwah sebagai suatu panggilan yang memuat nilai-nilai positif dan kebaikan, mengutamakan esensi dari perilaku untuk berbuat baik dan mencegah adanya kemungkaran.
- 5) Muhammad Abduh mengeksplikasikan dakwah dengan mengajak untuk berbuat baik pada semua merupakan *fardhu* agar hajat hidup manusia terjamin baik di dunia maupun di akhirat.<sup>7</sup>

Dakwah mempunyai pengertian yang luas bahkan ada yang menafsirkan bahwa dakwah sebagai bentuk perjuangan untuk menyampaikan

---

<sup>6</sup>Suisyanto. *Pengantar Filsafat Dakwah*. (Yogyakarta : Teras, 2006), 43.

<sup>7</sup>Wahidin Saputra, M.A. *Pengantar Ilmu Dakwah*. (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2011), 4-5.

kebenaran yang hakiki, ditempuh dengan berbagai cara, metode, strategi, teknik, dan melalui media.<sup>8</sup>

Pada era saat ini berdakwah tanpa menggunakan media sama saja bertahan dalam metode konvensional dan mungkin peminatnya akan berkurang, artinya dakwah menjadi statis tidak mengalami progresivitas. Perlu diketahui bahwa dakwah bukan hanya terpaku pada lisan namun juga terhadap pengembangan metode dakwah sehingga kewajiban dakwah (*fardhu*) tadi mudah dilakukan setiap orang yang ingin menyampaikan pesan dakwah dapat dilakukan lewat perilaku atau tindakan dan tulisan.

Adapun ayat yang menjelaskan kewajiban untuk berdakwah dalam surat Al-Imran 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ  
وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung”<sup>9</sup>.

Melihat kutipan Alquran di atas dapat diartikan bahwa kewajiban berdakwah adalah wajib. Akan tetapi ada hal yang menjadi perdebatan wajib yang

---

<sup>8</sup>Ahmad Anas. *Paradigma Dakwah Kontemporer*. (Semarang : PT. Pustaka Rizki Putra, 2006), 33.

<sup>9</sup>Kementerian Agama RI. *Alquran dan Terjemah New Cordova*. (Bandung : Syaamil Quran, 2012), 63.

dimaksud dibebankan secara individu muslim (*fardhu ain*) atau dibebankan secara kelompok orang saja dari umat Islam secara keseluruhan (*fardhu kifayah*).<sup>10</sup> Sebagaimana kemudian dakwah diartikan sebagai upaya semangat seorang muslim yang memiliki motivasi kebajikan dan paham terkait pengetahuan tentang keagamaan, baik secara Akidah dan Syariat yang hatinya tergugah untuk mengajak dan mengingatkan saudaranya menuju hal-hal kebaikan yang di berkahi Allah sesuai dengan tuntunan Alquran dan Hadits. Demi hajat hidup di dunia dan akhirat.

Pesan dakwah merupakan materi atau substansi pesan yang dai sampaikan kepada *mad'u*. Penjelas ini sudah terlihat jelas bahwa yang menjadi *maddah* dakwah yakni ajaran Islam itu sendiri.<sup>11</sup> Karena kita tahu bahwa esensi dakwah sendiri dan ilmu komunikasi adalah sesuatu yang nyaris tak dapat terpisahkan, sebab berdakwah secara lisan juga disebut berkomunikasi. Proses berdakwah sendiri adanya kejadian pertukaran informasi dan proses *encoding* dan *decoding* pesan.<sup>12</sup>

Penjelasan term Pesan Dakwah dari Kamus Besar Bahasa Indonesia mengeksplikasikan bahwa “Perintah, permintaan, amanah, yang harus dilakukan atau disampaikan kepada orang lain yang berorientasi kepada kontruksi sikap Islam”.<sup>13</sup> Sedang, menurut Prof. Ali Aziz dalam bukunya Ilmu Dakwah, bahwasannya pesan dakwah

---

<sup>10</sup>Sunarto A.S. *Kiai prostitusi*. (Surabaya: IDIAL-MUI, 2012), 16.

<sup>11</sup>M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*. (Jakarta: Kencana, 2006), 24.

<sup>12</sup> Halimatus Sakdiyah, Urgensi Interpersonal Skill dalam Dakwah Persuasif, *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 14, No. 27, 2015, 89.

<sup>13</sup>KBBI V 0.2.1 Beta (21.)

menyampaikan substansi dakwah berupa kata, gambar, lukisan dan sebagainya yang diinginkan dapat memberikan tambahan pemahaman bahkan perubahan sikap dan perilaku mitra dakwah.<sup>14</sup>

Mustofa Bisri juga memiliki penjelasan terkait pesan dakwah, yang dijabarkan sebagai segala pernyataan berupa elemen lambang yang memiliki makna dan dimaksudkan untuk mengajak manusia agar mengikuti atau menjalani ajaran Islam dan mengimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari dengan tujuan untuk kebahagiaan dunia dan akhirat, serta pesan dakwah itu terbagi menjadi dua yaitu pesan dakwah yang memuat hubungan manusia dengan khalik dan manusia dengan manusia.<sup>15</sup> Disisi lain, Toto Tasmara dalam hal ini juga memaparkan bahwa pesan dakwah merupakan segala pernyataan yang bersumberkan Alquran dan As-Sunnah baik tertulis maupun lisan mengenai pesan-pesan (risalah) tersebut.<sup>16</sup>

Konklusi yang dapat diambil dari eksplikasi di atas bahwa pesan dakwah adalah substansi dakwah dari semua wujud simbol-simbol yang berupa kata, gambar, dan sebagainya yang berlandaskan pada Alquran dan Sunnah serta diinginkan dapat memberikan tambahan pengetahuan bahkan transformasi sikap atau perilaku yang negatif ke sikap atau perilaku yang positif dari diri mitra dakwah.

Bagi seorang dai, keberhasilan dalam berdakwah bergantung dari seberapa berhasil pesan yang disampaikan dapat menginternalisasi dalam

---

<sup>14</sup>Moh. Ali Aziz. *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Kencana, 2009), 318.

<sup>15</sup>Mustofa Bisri. *Saleh Ritual Saleh Sosial*. (Bandung : Mizan, 1995), 28.

<sup>16</sup>Toto Tasmara. *Komunikasi Dakwah*. (Jakarta : Gaya Media Pratama, 1997), 43.

hati mitra dakwah. Dai harus mampu menyampaikan materi dengan efektif ketika ceramah, artinya dalam substansi dakwah tersebut haruslah informatif, edukatif, dan solutif terhadap permasalahan yang sedang dihadapi masyarakat. Maka dari itu persiapan dan perencanaan mengenai manajemen dakwah sangat penting dilakukan sebelum berdakwah. Penyusunan pesan dakwah yang ingin disampaikan menjadi penting agar dipersiapkan dengan cukup matang.<sup>17</sup> Substansi dakwah ini haruslah memiliki sifat informatif, edukatif, dan solutif. Artinya bahwa:

1) Informatif

Pesan yang mengandung nilai informatif memiliki ciri khas yang kaya akan wawasan dan pengetahuan. Dapat diberikan kesimpulan. Karena nantinya mad'u atau audiens akan lebih skeptis dan mengingat-ingat hal-hal yang sifatnya baru dan inrormatif.

2) Persuasif

Pesan bernada persuasif berarti adalah pesan dengan ajakan, lebih banyak mengajak, respon audiens sangat berpengaruh karena diharapkan bisa menanamkan nilai-nilai pesan secara perubahan sikap. Persiasif bisa sangat berdampak progres bila di sampaikan dengan baik dan santun.

3) Kohersif

Pesan bersifat sediki ada paksaan, biasanya membuat tekanan batin yang

---

<sup>17</sup>Kamaluddin. Pesan dakwah. *Jurnal Kajian Ilmu Keislaman*, Vol. 02, No. 03, 2016, 38.

nantinya berimbas pada kemampuan menerima pesan audiens yang cenderung pasif.

Pesan dakwah selalu berkaitan pada tiga aspek penting dalam Islam tadi, karena tiga komponen tersebut memanglah nyawanya dari ajaran Islam. Dalam merencanakan dakwah, harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut, antara lain:<sup>18</sup>

- 1) Pesan yang disampaikan harus dirancang baik, dimana pesan tersebut dapat menarik minat dan perhatian menyeluruh audiens, karena bila pesan menarik akan menggugah semangat.
- 2) Pesan yang disampaikan perlu mengandung unsur simbol-simbol yang tertuju pada pengalaman yang sama, artinya antara da'i dan mad'u harus memiliki kesamaan latar belakang yang khas dan kultural sehingga kesamaan tersebut mendorong pesan tersampaikan secara efektif.
- 3) Pesan tersebut harus membangkitkan kebutuhan pribadi mad'u dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan.
- 4) Pesan yang disarankan harus layak sehingga pada saat digerakkan ada tanggapan yang dikehendaki mad-unya

---

<sup>18</sup>Wahyu Ilahi. *Komunikasi Dakwah (Cet 1)*. (Surabaya: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 99.

Keseluruhan materi dakwah pada dasarnya bersumber dari dua sumber, yaitu :

1) Alquran dan Al-Hadits

Agama Islam adalah agama yang menganut ajaran kitabullah yakni Al-Qur'an dan Al-Hadits Rasulullah saw. yang mana kedua ini merupakan sumber utama ajaran-ajaran Islam. Oleh karenanya materi dakwah Islam tidaklah dapat terlepas dari dua sumber tersebut, bahkan bila tidak berstandar dari keduanya (Al-Qur'an-Hadits) seluruh aktivitas dakwah akan sia-sia dan dilarang oleh syari'at Islam.

2) Rakyat Ulama (opini ulama)

Islam menganjurkan umatnya untuk berpikir, berijtihad menemukan hukum-hukum yang sangat operasional sebagai tafsiran dan akwil Al-Qur'an dan Hadits. Maka dari hasil pemikiran dan penelitian para ulama ini dapat pula dijadikan sumber kedua setelah Al-Qur'an dan Al-Hadits. Dengan kata lain penemuan baru yang tidak bertentangan dengan Al-Qur'an dan Al-Hadits dapat pula dijadikan sebagai sumber materi dakwah.

b. Karakteristik Dakwah

Pesan dan materi dakwah hal yang sangat menyatu. Bagaimana anda pernah berpikir bahwa sungguh sangat rumitnya untuk menerapkan strategi agar pesan mampu diterima dengan mudah oleh mad'u, tentu saja memang ini adalah tugas da'i atau pendakwah dalam mengolah materi dan pesan serta dikemas se-menarik mungkin secara



penyampaian. Bidang pengajaran harus menekankan dua hal, pertama, pada hal keimanaan, ketauhidan sesuai dengan kemampuan pikir objek dakwah, Kedua, mengenai hukum-hukum syar'i seperti wajib, haram, sunnah, makruh dan mubah.<sup>19</sup> Beberapa karakteristik pesan dakwah ialah:

1) Sumbernya terjaga dan shohih

Terjaga diartikan disini bahwa pesan dakwah ini benar-benar bersumber dari Allah yaitu Alquran yang menjadi pedoman bagi manusia. Tidak main-main karena yang disampaikan ini adalah intisari Alquran dan Hadits.

2) Sangat mudah (simpler) dan berisi kebaikan serta ajakan

Kemudahan ajaran islam juga menjadi karakter pesan dakwah. Semua perintah islam bisa ditoleransi dan diberi keringanan jika menemui kesulitan dalam pelaksanaannya.

3) Seimbang

Keseimbangan merupakan posisi di tengah-tengah diantara dua kecenderungan. Ketika ada manusia yang diliputi nafsu keserakahn, pasti ada manusia lain yang tertindas. Islam mengatur hal ini dengan kewajiban zakat.

4) Lengkap dan Universal

Karakteristik pesan dakwah selanjutnya adalah universal, artinya mencakup semua bidang kehidupan dengan nilai-nilai mulai

---

<sup>19</sup>Kahatib Pahlawan Kayo. *Manajemen Dakwah: dari Dakwah Konvensional Menuju Dakwah Kontemporer*. (Jakarta : Amzah, 2007), 58.

yang diterima oleh semua manusia beradab.

5) Masuk akal dan relevan

Islam haruslah sesuai dengan perkembangan zaman yang ada. Akal memang ada batasnya tapi tidak serta merta ajaran islam terbatas pada wilayah ketuhanan saja. Karena akal juga yang akan mengantarkan manusia mencapai wilayah tertinggi pada Rabbnya. Hukum-hukum muamalah disesuaikan dengan perkembangan zaman.

Dalam karakteristik pesan dakwah dibagi menjadi 7, Adapun tujuh karakter pesan dakwah yakni:

- 1) Orisinil dari Allah SWT, yakni pesan dakwah Islam adalah benarbenar dari Allah SWT. Allah SWT telah menurunkan wahyu melalui malaikat Jibril kepada Nabi Muhammad SAW. Selanjutnya Nabi Muhammad SAW mendakwahkan wahyu tersebut untuk membimbing manusia menuju jalan yang benar.
- 2) Mudah, yakni semua perintah Islam bisa ditoleransi dan diberi keringanan jika menemui kesulitan dalam pelaksanaannya.
- 3) Lengkap, yakni ajaran Islam mengatur kehidupan manusia dari hal yang paling kecil hingga hal yang paling besar.
- 4) Seimbang, ketika ada manusia yang diliputi nafsu keserakahan, pasti ada manusia yang tertindas, dan Islam mengatur hal ini dengan kewajiban zakat.

- 5) Universal, yaitu mencakup semua bidang kehidupan dengan nilai-nilai mulia yang diterima oleh manusia yang beradab.
- 6) Masuk akal, yakni semua yang diajarkan dalam Islam dapat diterima oleh akal. Membawa kebaikan, yakni Islam mengajarkan kesetaraan manusia tanpa membedakan ras, warna kulit, kerja keras, dan yang lainnya.

Sedangkan Asep Muhyidin, merumuskan karakteristik pesan dakwah, sebagai berikut:

- 1) Islam sebagai agama fitrah.
- 2) Islam sebagai agama rasional dan pemikiran.
- 3) Islam sebagai agama ilmiah, hikmah, dan fiqhiyah.
- 4) Islam sebagai agama argumentatif (hujjah) dan demonstratif (burhan).
- 5) Islam sebagai agama hati (qalb), kesadaran (wijdan), dan nurani (dlamir).
- 6) Islam sebagai agama kebebasan (hurriyah) dan kemerdekaan (istiqlal).<sup>20</sup>

Peneliti dalam hal ini ini menggunakan konsep pesan dakwah mengacu pada buku Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah milik Wardi Bachtiar dan juga buku Ilmu Dakwah Ali Aziz, bahwa pesan-pesan yang berdasarkan dari Alquran dan As-Sunnah terklasifikasi menjadi pesan Akidah, Akhlak, dan Syariat.<sup>21</sup> Menurut Ali Aziz dalam

---

<sup>20</sup>Moh. Ali Aziz. *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Kencana, 2009), 341.

<sup>21</sup>Wardi Bachtiar. *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*. (Jakarta : Logos Wacana Ilmu, 1997), 33-34.

bukunya Ilmu Dakwah juga mengatakan bahwa pesan dakwah selalu berkaitan dengan tiga pokok ajaran Islam itu.<sup>22</sup> Secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Akidah

Kata Akidah berasal dari kata *'aqada* yang berarti mengikat membuhul, menyimpulkan, mengokohkan, menjanjikan. Secara istilah aqidah dapat diartikan sebagai keyakinan keagamaan yang dianut oleh seseorang dan menjadi landasan segala bentuk aktivitas, sikap, pandangan, dan pandangan hidup. Istilah tersebut identik dengan iman (kepercayaan, keyakinan).

Pengertian lain menakwilkan bahwa akidah berasal dari bahasa arab *Aqidah* yang bentuk jamaknya adalah *a'qa'id* dan berarti *faith or belief* (keyakinan/kepercayaan), sedangkan menurut Louis Ma'luf ialah *ma'uidah 'alayh 'al-qalb wa al-dlamir*, yang artinya sesuatu yang mengikat hati dan perasaan.<sup>23</sup>

Secara terminologis, akidah merupakan suatu keyakinan akan kebenaran sesuatu, yang telah menjadi dogma dan berada dalam lubuk hati seseorang, sehingga menjadi ikatan dalam kehidupannya baik dalam perilaku dan ucapannya.<sup>24</sup> Akidah Islam erat hubungannya dengan rukun iman. Di bidang akidah ini

---

<sup>22</sup>Moh. Ali Aziz. *Ilmu Dakwah*. (Jakarta : Prenada Media Group, 2012), 332.

<sup>23</sup>Tim Penyusun Studi Islam IAIN Sunan Ampel Surabaya, *Pengantar Studi Islam*, (Surabaya, 2012), 84.

<sup>24</sup>E. Hasan Saleh. *Studi Islam di Perguruan Tinggi Pembinaan IMTAQ dan Pengembangan Wawasan*. (Jakarta : Penerbit ISTN, 2000), 55.

pembahasannya bukan saja tertuju pada masalah-masalah yang wajib diimani, akan tetapi juga meliputi masalah-masalah yang dilarang sebagai perintah dari Allah SWT, misalnya syirik (menyekutukan Allah), ingkar dengan adanya Tuhan, dan sebagainya. Pokok yang menjadi materi dakwah adalah aqidah Islamiyah. Aspek akidah ini yang akan membentuk moral (akhlak) manusia.<sup>25</sup>

Masalah pokok yang menjadi materi dakwah adalah akidah Islamiyah. Aspek akidah ini yang akan membentuk moral manusia. Karena itu pertama kali yang dijadikan materi dalam dakwah Islam adalah masalah akidah atau keimanan.<sup>26</sup> Yang menjadi materi pada masalah akidah yaitu:<sup>27</sup>

- a) Keterbukaan melalui persaksian (syahadat).
- b) Cakrawala pandangan yang luas dengan memperkenalkan bahwa Allah adalah Tuhan seluruh alam semesta.
- c) Kejelasan dan kesederhanaan. Seluruh ajaran akidah baik soal ke Tuhanan, ke Rasulan ataupun alam gaib sangat mudah dipahami.
- d) Ketuhanan antara iman dan Islam atau antara iman dan amal perbuatan. Akidah memiliki keterlibatan dengan soal-soal kemasyarakatan.

---

<sup>25</sup>Muhammad Munir & Wahyu Ilahi. *Manajemen Dakwah*. (Jakarta: Kencana, 2006), 24.

<sup>26</sup>*Ibid.*, 26.

<sup>27</sup>Moh. Ali Aziz. *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2009), 97-98.

Akidah dapat mengajarkan kepada manusia sesuatu mengenai kepercayaan dan memegang peranan terpenting dalam kehidupan manusia dan menjadi landasan bagi setiap amal perbuatan manusia. Akidah dalam ajaran Islam adalah bersifat I'tikad bathiniyah yang mencakup masalah-masalah yang erat hubungannya dengan rukun iman, atau dapat dieksplikasikan bahwa akidah mencakup keyakinan yang bersifat batiniyah dalam implementasi rukun iman tapi persoalannya tidak hanya menuju pada sesuatu yang wajib diimani tetapi juga sesuatu yang dilarang oleh Islam.<sup>28</sup>

**a) Iman (keyakinan) kepada Allah SWT**

Iman kepada Allah adalah Iman paling utama dan paling utama dalam hidup kita. Meyakini dan mengimani ke-esaan Allah bagi seorang muslim adalah harga yang tak bisa ditawar lagi. Allah adalah sang pencipta seluruh alam raya ini, semua unsur kehidupan, seperti alam manusia dan binatang. Semua tunduk dan bertasbih memuji kebesaran Allah yang tiada tandingannya di seluruh alam raya ini. Iman kepada Allah SWT. ini memiliki kategori seperti halnya: Percaya adanya Allah SWT. sebagai tuhan semesta alam, memasrahkan hati kepada Allah SWT., dari firman-

---

<sup>28</sup>H.A. Zahri. *Pokok-Pokok Akidah yang Benar*. (Sleman : Deepublish , 2019) ,11.

firman Allah SWT. dapat dipahami bahwa orang yang beriman kepada Allah SWT. akan mendapat ketenangan jiwa. Ketenangan jiwa tidak dapat dengan dilimpahkan materi, melainkan dengan keimanan yang muncul dari kalbu secara ikhlas.

1. Tauhid Rububiyah

Keyakinan yang kuat bahwa Allah adalah Rabb bagi segala sesuatu dan yang menguasainya, tidak ada sekutu baginya. Allah ada Sang Pencipta, Pengatur dan menjalankan alam semesta. Tauhid rububiyah, dapat dikatakan mengesakan Allah berkenaan dengan perbuatan-perbuatanNya, seperti menciptakan mahluk, mengaturnya, memberi rezeki, memeberi manfaat, menimpakan musibah dan lainnya yang menjadi kekhususan Allah.<sup>29</sup>

2. Tauhid Uluhiyah

Keyakinan yang kuat bahwa Allah adalah illah (yang diibadahi) yang hak, tidak ada illah selainNya. Seseorang tidak boleh mempersekutukan Allah dengan apapun, tidak ada

---

<sup>29</sup><https://almanhaj.or.id>. Diakses pada 12 Juni 2020.

ibadah yang dipalingkan selain kepadanya. Ibadah kepada Allah harus disertai dengan rasa cinta, takut, dan harap secara bersamaan. Islam menganjurkan memang beribadah namun sesuai kemampuannya.<sup>30</sup>

3. Tauhid Asma' Wassa Shifat  
Keyakinan yang kuat bahwa Allah memiliki nama-nama dan sifat-sifat yang indah dan mulia. Allah memiliki sifat kesempurnaan dan disucikan dari semua sifat kekurangan yang hanya dimiliki dan tidak dimiliki oleh semua makhluk.<sup>31</sup>

**b) Iman kepada Malaikat Allah SWT**

Iman kepada malaikat-malaikat Allah bahwa percaya dan yakin akan adanya ciptaan Allah bernama malaikat. Malaikat adalah makhluk Allah yang senantiasa taat dan mematuhi segala perintah Allah. Malaikat pula sebagai makhluk yang diciptakan Allah yang memiliki tugas khusus dan diantara tugas itu adalah mengawasi umat manusia. Malaikat sangatlah dekat

---

<sup>30</sup>Wahid Abdusalam Bali. *Kesalahan dalam Akidah*. (Jakarta : Pustaka Azzam, 2005), 20.

<sup>31</sup>Syekh Ibrahim Al-Bajuri. *Buku Pintar Aqidah Islam*. (Jakarta : Lintang Rasi Aksara Book, 2012), 15.



dengan Allah, karena malaikat memiliki kesetiaan mengabdikan kepada Allah SWT.

**c) Iman terhadap Kitab-kitab Allah SWT**

Iman kepada kitab-kitab Allah berarti percaya dan yakin bahwa kitab-kitab Allah yang sengaja diturunkan melalui Nabi dan Rasul yang membawa wahyu dan risalah kenabian yang diutus oleh Allah menyebarkan agama Allah dan kitab-kitabNya yang berisi tentang perintah, larangan, ancaman, peringatan yang dikehendaki oleh Allah. Setiap manusia wajib mengimani karena dalam kitab-kitab Allah senantiasa terdapat petunjuk dan pedoman yang menuntun umat manusia kepada kebaikan yang diridhoi Allah SWT.<sup>32</sup>

**d) Iman Kepada Rasul-rasul Allah SWT**

Iman kepada Rasul Allah yaitu meyakini dengan sepenuh hati bahwa Rasul adalah orang-orang terpilih untuk menerima wahyu Allah kemudian menyampaikan kepada Umatnya agar bisa dijadikan pedoman hidup. Rasul terakhir sekaligus

---

<sup>32</sup>Ali Abdul Walid Mahmud. *Akhlak Mulia*. (Jakarta: Gema Insani, 2004), 89.

penyempurna risalah kenabian adalah Nabi kita Muhammad yang senantiasa kita harapkan syafaatnya kelak di akhir zaman. Meskipun demikian manusia wajib mempercayai seluruh nabinya.<sup>33</sup>

**e) Iman Kepada Hari Akhir**

Iman kepada Hari Akhir berarti yakin dan percaya bahwa akan ada hari dimana kehidupan manusia akan dihancurkan. Manusia wajib mengimani bahwa pada akhir nanti manusia akan dimatikan, diawali dengan ditiupnya terompet sangkakala yang berarti akhir dari kehidupan dunia ini. Percaya dengan berakhirnya dunia yang fana ini dan beriman akan datangnya hari kiamat pada waktu yang hanya Allah yang Maha mengetahui.

**f) Iman Kepada Qada dan Qadar**

Iman kepada Qada dan *Qadar* yaitu meyakini dengan sepenuh hati bahwa Allah telah menentukan takdir bagi semua makhluk hidup. *Qadar* adalah ketentuan Allah pada zaman azali. Qada adalah pelaksanaan dan kenyataannya. Allah mengetahui segala hal yang telah terjadi dan apa yang akan terjadi sebelum adanya

---

<sup>33</sup>*Ibid.*, 90.

zaman azali.<sup>34</sup> Allah juga menentukan berbagai ketentuan makhluk sesuai ilmu yang mendahuluinya dan ditentukan oleh hikmahnya. Qada dan Qadar dianggap mempunyai hubungan erat dengan perbuatan manusia serta sikapnya dalam hidup ini, antara lain suatu tindakan dengan konsekuensinya, hubungan antara sebab dan musabab, kejadian dan akibatnya.

Adapun karakteristik akidah Islam yakni:<sup>35</sup>

1. Akidah yang jelas,
2. Akidah yang fitrah
3. Akidah yang kokoh
4. Akidah yang berhujjah
5. Akidah yang moderat

Dalam Al-Quran jelas banyak menjelaskan terhadap kuasa Allah yang maha segalanya dan sempurna. Tidak ada satupun tandingannya. Al-Quran menarik perhatian manusia untuk senantiasa berfikir dan menyelami kebenaran hujjah-hujjah di dalamnya. Memandang akidah Islam memanglah berbeda dari akidah lainnya, karena akidah Islam jelas dan tidak kabur.<sup>36</sup> Dalam akidah

---

<sup>34</sup>*Ibid.*, 92.

<sup>35</sup>Elfan Fanhas Fatwa K. *Pendidikan Agama Islam*. (Tasikmalaya : Edu Publisher, 2018), 184.

<sup>36</sup>Siti Sa'adiyah S. & Nor Suhaily A.B., Tauhid Membina Keutuhan Akidah Islam, *Jurnal Islam dan Masyarakat Kontemporer*, Vol. 2, 2009, 95.

Islamiyah, muslim tidak akan menyembah selain Allah dan tidak akan meminta kepada selain Allah. Karena dalam benteng pertahanan itu adanya Tauhid.<sup>37</sup> Indikator utama akidah adalah Ilmu dan amal sehingga akan menghasilkan Nurani sebagai penyempurna ilmu dan amal.

## 2) Akhlak

Secara Etimologis, kata akhlak berasal dari bahasa arab, jamak dari *Khuluq* atau *Al-Khuluq* yang berarti budi pekerti, perangai, dan tingkah laku atau tabiat.<sup>38</sup> Kalimat-kalimat tersebut memiliki segi-segi persamaan dengan perkataan *Khuluqun*, yang berarti kejadian, serta erat hubungannya dengan *khaliq* yang berarti pencipta, dan *mahluk* yang berarti yang di ciptakan. Sedangkan menurut istilah akhlak adalah sifat yang tertanam dalam diri manusia berupa baik (akhlak mulia) atau buruk (akhlak tercela) yang bisa mengeluarkan senang tanpa adanya paksaan dan pemikiran. Sedangkan secara terminologi masalah akhlak berkaitan dengan masalah tabiat atau kondisi temperatur batin yang mempengaruhi prilaku manusia. Akhlak merupakan ilmu yang mempelajari laku baik dan buruk.<sup>39</sup>

---

<sup>37</sup>Tarmidzi Taher. *Menyegarkan Akidah Tauhid Insani : MATI di Era Klenik*. (Jakarta : Gema Insani Press, 2002), 92.

<sup>38</sup>Mohammad Daud Ali. *Pendidikan Agama Islam cet. Ke-3*. (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2000), 346.

<sup>39</sup>M Yatimin Abdullah. *Studi Akhlak dalam Perspektif Alquran*. (Jakarta: Amzah, 2008), 236.

Secara terminologi akhlak mempunyai beberapa pengertian, antara lain dalam kitab *Ihya' Ulum al-Din* juz 3, Imam Al-Ghazali, berpendapat bahwa yang dimaksud dengan akhlak adalah suatu sifat yang tertanam dalam jiwa yang dari padanya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah, dengan tidak memerlukan pertimbangan pikiran (lebih dahulu).<sup>40</sup>

Akhlak manusia adalah satu kesatuan jasad dan ruh, artinya tingkah laku manusia terjadi karena ada batin atau jiwa. Karena sesungguhnya lahiriyah hanyalah eksistensi bukan esensi. Perlu diingat pula akhlak akan menjadi baik dan benar karena adanya Ilmu pengetahuan.<sup>41</sup>

Ilmu akhlak bagi Al-Farabi, tidak lain dari bahasa tentang keutamaan-keutamaan yang dapat menyampaikan manusia kepada tujuan hidupnya yang tertinggi, yaitu kebahagiaan, dan tentang berbagai kejahatan atau kekurangan yang dapat merintangangi, usaha pencapaian tujuan tersebut.<sup>42</sup>

Eksplikasi akhlak menurut Ibn Manzhur bahwa, 'khulq dan khuluq' (dengan satu dhammah dan dengan dua dhammah) yang memiliki arti budi pekerti, dan agama. Kata ini dipakai untuk menyatakan cara berbuat seseorang yang tidak terdapat di dalam sifat

---

<sup>40</sup>Al-Ghazali. *Terjemahan Ihya' ulumuddin Jilid II*. (Semarang : Asy-Syifa, 1990), 48.

<sup>41</sup>Moch, Ardani. *Akhlak Tasawuf Cet ke-2*. (Jakarta :CV. Karya Mulia, 2005), 34.

<sup>42</sup>Muhammad Munir & Wahyu Ilahi. *Manajemen Dakwah*. (Jakarta: Kencana, 2009), 24.

asalnya dengan maksud tidak (dibuat-buat). Istilahnya, akhlak menjadi satu sifat yang tertanam dalam jiwa yang menimbulkan perbuatan-perbuatan dan perkataan-perkataan dengan mudah, tanpa memerlukan pertimbangan pikiran terlebih dahulu.<sup>43</sup>

Secara etimologi akhlak merupakan budi pekerti, peringai, sikap, atau kebiasaan. Sedangkan menurut Ibrahim Anis, akhlak berarti suatu sifat yang sudah ada dalam jiwa, yang menimbulkan sikap atau perbuatan, positif (baik) atau pun negatifnya (buruk) tanpa membutuhkan dan pertimbangan.<sup>44</sup>

Tujuan memperbaiki akhlak adalah pada pembersihan hati dan kotoran yang mengendap beserta hawa nafsu dan amarah, sehingga hati bersih, ketika sudah bersih bias menjadi cermin yang menerima wahyu Allah. Urgensi akhlakul karimah berkaaitan erat dengan era saat ini. Apabila ketersesuaian antara perkembangan zaman dan teknologi dibarengi dengan bertambah baiknya akhlak manusia, maka ilmu pengetahuan dan teknologi akan dimanfaatkan demi kemaslahatan secara adil dan baik.<sup>45</sup> Karena IPTEK dan IMTAQ yang sejiwa akan menghasilkan manfaat yang luar biasa, karena tepat guna.<sup>46</sup>

---

<sup>43</sup>Asma Umar Hasan Fad' aq. *Mengungkap Makna dan Hikmah Sabar*. (Jakarta : Lentera, 1999), 16-17.

<sup>44</sup>Tutty Alawiyah. *Strategi Dakwah di Lingkungan Majelis Taklim*. (Bandung : Mizan, 1997), 39.

<sup>45</sup>Musatafa Zhari. *Kunci Memahami Ilmu Tasawuf*. (Surabaya : Bina Ilmu, 1995), 67.

<sup>46</sup>Abuddin Nata. *Akhlaq Tasawuf*. (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2009), 15.

Menurut al-Ghazali ada empat yang menjadi indikator bahwa bila ingin mencapai akhlak yang sempurna sebagai kriteria yang harus dilengkapi agar tercapailah menjadi insan kamil. Indikator itu diantaranya kekuatan ilmu, kekuatan marah, kekuatan syahwat dan kekuatan keseimbangan. Penjabarannya sebagai berikut:<sup>47</sup>

- a) Ilmu demi kebijaksanaan (hikmah)  
Ilmu adalah hal yang sakral, karena orang yang berilmu bisa menjadi pembedah antara kebenaran dan kebohongan. Orang berilmu bukan tampil mendominasi atau merasa dirinya paling benar, melainkan berada di tengah-tengah. Bila kekuatan dan ketulusan jiwa mampu memilah yang baik dan beran yang dicapai adalah kebijaksanaan atau hikmah.
- b) Kekuatan mengolah emosional

puncaknya sabar kemarahan yang dikelola dengan baik akan menghasilkan energi yang diarahkan atau dikontrol ke arah yang baik pula melalui jalan kebijaksanaan
- c) Kekuatan syahwat sebagai iffah atau menjaga diri (nafs).  
Bila dikontrol dan dikelola dengan kebijaksanaan melalui akal dan agama maka menjadi spirit yang baik.

---

<sup>47</sup>Al-Madjidi. *Konsep Pendidikan Para Filosof Muslim*. (Jogyakarta : Al-Amin, 1997), 88.

- d) Kekuatan adil  
Dapat mengendalikan syahwat dan kemarahan dengan akal dan agama. Dengan adil maka hati dan pikiran sudah melewati masa ujinya. Adil adalah soal bersikap, antara hati, rasa dan pikiran saling bercocokan.

Menurut Ahmad Amin akhlak berarti membiasakan kehendak. Amin menambahkan bahwa Akhlak terjadi karena kebiasaan dan iradah (kehendak).<sup>48</sup> Akhlak mempunyai peranan penting dalam Islam selain sebagai pelengkap akhlak juga merupakan tujuan seseorang dalam beragama agar tercipta individu dan masyarakat yang berakhlak mulia. Kesimpulannya, bahwa akhlak merupakan sifat yang sudah tertanam dan meresap ke dalam jiwa sehingga seseorang yang melakukan perbuatan tersebut spontan dan mudah tanpa dibuat-buat.<sup>49</sup> H. A. Mustofa membagi beberapa faktor yang mempengaruhi akhlak yakni:<sup>50</sup>

- a) Insting, atau biasa disebut naluri merupakan tabiat manusia sejak berada dalam kandungan hingga beranjak dewasa. Adanya kecenderungan yang terdapat pada fitrah manusia sendiri sebagai makhluk hidup.
- b) Adat atau kebiasaan, adalah sesuatu yang sering dilakukan oleh manusia.

---

<sup>48</sup> Ahmad Amin. *Etika (Ilmu Akhlak)*. (Jakarta : Bulan Bintang, 1993), 62.

<sup>49</sup> *Ibid.*, 298.

<sup>50</sup> A. Mustafa. *Akhlak Tasawuf. (cet.3)*. (Bandung : Pustaka Setia, 2005), 82.



- c) Keturunan, hal ini tidak mutlak ada hanya memang warisan-warisan itu mempengaruhi bagaimana akhlak terbentuk.
- d) Faktor lingkungan, lingkungan selalu dibagi pada dua, lingkungan pergaulan dan alam.
- e) Kehendak, adalah merupakan keinginan hati untuk melakukan sesuatu yang dibuktikan dengan tindakan yang nyata. Kehendak ini adalah sudah masuk tehnis. Justru karena setiap etisnya dikonsepsi oleh pikiran dahulu.
- f) Pendidikan, mempengaruhi akhlak karena dalam hal ini banyak unsur yang berperan penting seperti pola pikir, lingkungan dan tindakan.

Karakteristik akhlak tadi akhirnya akan melahirkan sifat-sifat mulia yang akan senantiasa membimbing seorang manusia kepada ke Ridhoan Allah yakni: seorang yang sellau beriman dan bertakwa, selama dalam keadaan itu Allah senantiasa memberinya kecukupan rejeki lahir dan batin, selalu bersyukur dalam segala kondisi, tetap sabar bila sakit dan diberi cobaan, senantiasa beramal shalim dan senantiasa bersikap tawakal kepada Allah.<sup>51</sup>

Akhlak merupakan suatu syariah atau penuntun dan mencakup seluruh hajat hidup manusia. Akhlak memiliki ide, meski dia hidup

---

<sup>51</sup>Badrudin. *Akhlak Tasawuf (cet.II)*. (Serang : IAIB Press, 2012), 42.

diatas bumi namun memiliki cita-cita yang luhur yang menjulang ke langit. Karena sejatinya dalam akhlak ada ruh, akal kalbu, dan badan.

Pengertian mengenai akhlak sangat lah luas, secara garis besar ruang lingkup akhlak dapat di definisikan menjadi tiga kelompok, yakni:

- a) Akhlak kepada Allah SWT  
Akhlak kepada Allah merupakan bentuk pengabdian kita kepada Allah bahwa setiap manusia diciptakan melainkan untuk beribadah kepada Allah. Dengan ibadah yang baik, menjalankan segala apa yang diperintahkan dan menjauhi larangannya merupakan bentuk akhlak kepada sang khalik. Tapi satu hal yang perlu kita ketahui bahwa landasan itu semua adalah ikhlas dan ridho Allah. Kewajiban syariat yang telah dibebankan pada manusia adalah media nyata aktualisasi akhlak kita sebagai hamba Allah. Hal inilah yang membuat manusia senantiasa mendirikan ibadahm seperti Sholat, puasa, berdzikir, dan tawakkal.
- b) Akhlak kepada sesama manusia  
Setiap orang yang hidup, pastinya juga memerlukan bantuan orang lain. Sebagai manusia yang baik kita harus menolong orang yang kesusahan. Akhlak yang harus kita jaga kepada sesama manusia harus baik.

Contohnya tidak melakukan hal yang negatif, melainkan melakukan hal positif seperti saling membantu, mendo'akan, memaafkan, berprasangka baik, dan lain-lain.

c) Akhlak kepada lingkungan

Allah menciptakan manusia di bumi ini, untuk menjadi khalifah,, juga harus melestarikan bumi. Umat Islam harus sadar bahwa memelihara kelestarian lingkungan, menjaga dan memanfaatkan alam terutama hewani dan nabati, flora dan fauna yang sengaja diciptakan Allah untuk kepentingan manusia. Contohnya tidak mengambil buah sebelum masak atau matang, tidak merusak tanaman, tidak menebang pohon sembarangan dan lain-lain. Dasar yang digunakan sebagai pedoman akhlak terhadap lingkungan adalah tugas kekhalifahannya di bumi yang mengandung arti pengayoman, pemeliharaan serta pembimbingan agar setiap makhluk mencapai tujuan pencitaannya.<sup>52</sup>

3) Syariat

Secara bahasa syariah adalah syara' artinya jalan yang dilalui oleh air. Maksudnya suatu jalan yang dilalui untuk menuju Allah SWT. Secara istilah Syariah adalah hukum, aturan dan panduan yang harus di patuhi dalam

---

<sup>52</sup>Quraish Shihab. *Wawasan Al-Qur'an*. (Bandung : Mizan, 2000), 261-270.

Islam. Syariah Islam merupakan sesuatu yang sudah disyariatkan oleh Allah SWT baik dengan Alquran maupun As-sunah yang dapat melengkapi semua dasar agama, akhlak, dan tujuan hidup baik di dunia maupun di Akhirat.<sup>53</sup>

Secara khusus dijelaskan bahwa syariat berawal dari akar kata *syara'a* yakni memperkenalkan, mengedepankan dan menetapkan sistem hukum yang berdasarkan wahyu, juga dapat disebut *syara* atau *syir'ah* hukum agama Islam yang bersumber di dalam Alquran dan As-Sunnah serta dengan berkembang melalui asas-asas empat mazhab fiqih Islam yang ortodoks, yakni mazhab Syafi'i, Hambali, Hanafi, dan Maliki bersama dengan sebuah mazhab ja'fari dari kalangan syi'ah.<sup>54</sup>

Hukum atau syariah sering disebut sebagai cermin peradaban dalam pengertian bahwa ketika ia tumbuh matang dan sempurna, maka peradaban mencerminkan dirinya dan hukum-hukumnya. Pelaksanaan syariah merupakan sumber yang melahirkan peradaban Islam, yang melestarikan dan melindunginya dalam sejarah. Syariah yang menjadi kekuatan peradaban di kalangan kaum muslimin.<sup>55</sup>

Syariah ialah susunan, peraturan dan ketentuan yang diisyaratkan Tuhan dengan lengkap atau pokok-pokoknya saja supaya

---

<sup>53</sup>Eva Iryani. Hukum Islam, Demokrasi dan Hak Asasi Manusia. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, Vol. 17, No.2, 2017, 24.

<sup>54</sup>Cyril Glasse. *Ensiklopedia Islam, Kata Pengantar: Prof. Huston Smith*. (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2002), 382.

<sup>55</sup>Ismail. *Menjelajah Atas Dunia Islam*. (Bandung : Mizan, 2000), 305.

manusia mempergunakannya dalam mengatur hubungan dengan Tuhan, hubungan dengan saudara seagama, hubungan dengan saudaranya sesama manusia serta hubungannya dengan alam besar dan kehidupan.<sup>56</sup>

Para ahli dalam hal ini mengartikan bahwa syariat merupakan semua perintah Allah SWT yang berhubungan dengan perilaku manusia di luar yang mengenai akhlak, dengan demikian dapat diartikan bahwa syariat berarti nama bagi hukum-hukum yang bersifat amaliyah.<sup>57</sup> Ajaran Islam menjelaskan secara umum bahwa syariat berhubungan erat dengan amaliyah (nyata) dalam rangka mematuhi segala peraturan atau hukum Allah untuk mengatur hubungan antara manusia dengan Tuhan serta mengatur hidup antar sesama manusia.

Dalam buku Komunikasi dakwah pesan syariah dibagi menjadi dua:

- a) Ibadah:  
Peraturan-peraturan yang mengatur hubungan langsung dengan Allah SWT yang terdiri dari Rukun Islam, yakni: Syahadat, Sholat, Puasa, Zakat, dan Haji.
- b) Muamalah  
Peraturan-peraturan yang mengatur hubungan dengan manusia lainnya sesuai dengan kaidah hukum Islam, seperti, Hukum perdata yang meliputi: Hukum Niaga, Hukum Nikah, dan

---

<sup>56</sup>Muhammad Munir & Wahyu Ilahi. *Manajemen Dakwah*. (Jakarta: Kencana, 2009), 8.

<sup>57</sup>Amir Syarifudin. *Ushul Fiqh*. (Jakarta : Logos Wacana Ilmu, 1997), 1.

Hukum Waris. Dan juga Hukum publik yang meliputi: Hukum Pidana, Hukum Negara, Hukum Perang dan Damai.<sup>58</sup>

Muamalah atau aturan-aturan dasar tentang hubungan antar manusia adalah hal yang mendapat perhatian besar dalam agama Islam. Terdapat banyak ayat di dalam al-Qur'an yang memuat tentang hubungan antar manusia atau muamalah.

Muamalah adalah tuntunan hidup manusia yang mengatur kehidupan sosial di tengah kehidupan manusia lainnya, karena itu muamalah mengatur banyak hal dalam kehidupan sosial manusia, di antaranya:<sup>59</sup>

- Ikatan pertukaran barang dan jasa, tujuan: agar kehidupan dasar manusia yang satu dengan yang lain dapat tercukupi dengan sportif.
- Ikatan pernikahan; tujuan: melestarikan generasi manusia berdasarkan aturan yang berlaku.
- Ikatan pewarisan, tujuan: menjamin kebutuhan dasar hidup bagi anggota keluarga

---

<sup>58</sup>Wahyu Ilahi. *Komunikasi Dakwah*. (Surabaya : PT Remaja Rosdakarya, 2010), 102.

<sup>59</sup>Syahidin, et al., *Moral dan Kognisi Islam: Buku Teks Pendidikan Agama Islam untuk Perguruan Tinggi, cet. ke-3*, (Bandung : CV. Alfabeta, 2009), 135

sebagai tanggungan orang yang meninggal dunia.

- Ikatan kemasyarakatan, tujuan: agar terjadi pembagian peran dan fungsi sosial yang seadil-adilnya atas dasar musyawarah dibawah hukum kemasyarakatan yang dibuat bersama;
- Ikatan kemanusiaan, tujuan: agar terjadi saling tenggang rasa, karya, dan cipta di antara manusia yang berkaitan. Seperti sedekah.

## 2. Sedekah

### a. Definisi Sedekah

Kata Sedekah berasal dari kata bahasa Arab yaitu صدقة yang berarti suatu pemberian yang diberikan oleh seorang kepada orang lain secara spontan dan sukarela tanpa dibatasi oleh waktu dan jumlah tertentu. Juga berarti suatu pemberian yang diberikan oleh seseorang sebagai kebajikan yang mengharap ridho Allah SWT dan pahala semata. Sedekah secara bahasa berasal dari huruf ص, د, ق serta dari unsur *al-Sidq* yang berarti benar atau jujur, artinya sedekah adalah membenarkan sesuatu. Sedekah menunjukkan kebenaran penghambaan seseorang kepada Allah SWT.<sup>60</sup>

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia sedekah adalah derma kepada orang miskin dan sebagainya. Berdasarkan cinta kasih kepada sesama manusia, selamatan, kenduri, pemberian sesuatu kepada fakir miskin atau yang berhak

---

<sup>60</sup>Taufiq Ridha. *Perbedaan Ziwaf*. (Jakarta : Tabung Wakaf Indonesia, tt), 1.

menerimanya, di luar kewajiban zakat dan zakat fitrah sesuai dengan kemampuan pemberi (derma).<sup>61</sup>

Menurut istilah atau terminologi syariat, sedekah yaitu mengeluarkan sebagian harta atau pendapatan/penghasilan untuk suatu kepentingan yang diperintahkan oleh agama. Sedekah juga merupakan pemberian yang dikeluarkan secara sukarela kepada siapa saja, tanpa nisab dan tanpa adanya aturan waktu yang mengikat. Sedekah berarti sesuatu yang diberikan dengan tujuan mendekatkan diri pada Allah.<sup>62</sup>

Menurut Iskandar, suatu pemberian yang diberikan oleh seorang muslim kepada orang lain secara spontan dan sukarela tanpa dibatasi oleh waktu dan jumlah tertentu. Juga berarti suatu pemberian yang diberikan oleh seseorang sebagai kebajikan yang mengharapkan ridho Allah SWT dan pahala semata. Shadaqoh berasal dari kata shadaqa yang berarti benar. Makna sedekah secara bahasa adalah membenarkan sesuatu.<sup>63</sup>

Menurut Syara', sedekah atau shadaqoh berarti memberi kepemilikan pada seseorang pada waktu hidup dengan tanpa imbalan sesuatu dari yang diberi serta ada tujuan *taqarrub* pada Allah SWT. Sedekah juga diartikan memberikan sesuatu yang berguna bagi orang lain yang memerlukan bantuan (fakir-miskin) dengan tujuan untuk mendapat pahala.

---

<sup>61</sup> Ana Retnoningsih dan Suharso. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Semarang : CV. Widya Karya, 2006), 80.

<sup>62</sup> Muhammad Sanusi. *The Power Of Sedekah*. (Yogyakarta : Pustaka Insan Madani, 2009), 8-9.

<sup>63</sup> Iskandar. *Sedekah Membuka Pintu Rezeki*. (Bandung : Pustaka Islam, 1994), 35



Menurut Wahyu sedekah itu berarti menyingkirkan sebagian harta yang dimilikinya untuk diberikan kaum *fugara wal masakim* atau orang yang berhak mendapatkannya dengan hati yang ikhlas dan mengharap dari ridha Allah. Pemberian kepada orang lain, baik bersifat materi maupun nonmateri secara sukarela, tanpa nisab, dan bisa dilakukan kapan pun dan dimana pun, serta kepada siapa pun tanpa aturan dan syarat, kecuali untuk mengharapkan ridho Allah.<sup>64</sup>

Makna sedekah mempunyai cakupan yang luas dari yang paling ringan seperti tersenyum, ucapan yang baik, salam kepada orang lain, hingga yang bersifat sangat pribadi syahwat kepada istri.<sup>65</sup>

Secara umum, makna sedekah meliputi seluruh amal kebajikan dan meninggalkan kemungkar.<sup>66</sup>

Akan tetapi secara khusus sedekah berarti mengeluarkan harta dan memberikannya kepada yang berhak dengan mengharap ridha dari Allah SWT.<sup>67</sup>

b. **Macam-macam Sedekah**

Sedekah dapat dilakukan kapan saja, di mana saja, oleh siapa saja, dan kepada siapa saja. Oleh karena itu, sedekah juga bisa dilakukan dengan apa saja, baik dengan harta atau materi, maupun bukan harta atau nonmateri.

---

<sup>64</sup>Wahyu Indah Retnowati. *Hapus Gelisah dengan Sedekah*. (Jakarta : Qultum Media, 2007), 5

<sup>65</sup>Gus Arifin. *Zakat Sedekah Infak*. (Jakarta : Media Komputindo, 2011), 198.

<sup>66</sup>Ubaidurrahim El-Hamdy. *Sedekah Bikin Kaya dan Berkah*. (Jakarta : Kawah Media, 2015), 2-3.

<sup>67</sup>*Ibid.*, 6.

Menurut Muhammad Sanusi pemetaan macam-macam bersedekah dibagi menjadi dua macam, sedekah materi dan sedekah nonmateri (sedekah potensi).

### 1. Sedekah Materi

Sedekah melalui harta benda merupakan sedekah dalam arti konvensional, yang dilakukan antar sesama melalui momen-momen tertentu. Pada umumnya manusia lebih cenderung memikirkan kebutuhan ekonominya daripada kebutuhan lain. Sedekah dengan harta merupakan representasi dari kepekaan atau sensitifitas terhadap keadaan masyarakat. Orang yang mempunyai harta lebih dari pada mereka yang kekurangan dan membutuhkan bantuan, maka sedekah harta adalah yang paling dianjurkan untuk dilakukan. Seperti dalam QS. Al-Baqarah ayat 267:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ

وَمِمَّا اَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْاَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوْا

الْخَبِيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ وَاَنْتُمْ بِمَا كَسَبْتُمْ مِنْهُ اَنْتُمْ سٰوِيْنَ ۗ اِنَّ اَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُوْنَ

تُغْمِضُوْا فِيْهِ ۗ وَاَعْلَمُوْا اَنَّ اللّٰهَ غَفِيْرٌ حَمِيْدٌ

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak

mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan Ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”. (QS. Al-Baqarah : 267).<sup>68</sup>

Ayat diatas menunjukkan bahwa keharusan untuk menafkahkan harta benda di jalan Allah termasuk dalam hal menyedekahkan sebagian harta yang halal dan yang baik kepada mereka yang membutuhkan.

## 2. Sedekah Potensi

Telah disebutkan bahwa sedekah tidak hanya berbentuk materi saja, ada banyak hal yang dilakukan untuk mempraktikkan amalan sedekah, diantaranya:

- a) Potensi tenaga, yaitu kemampuan untuk difungsikan dan dimanfaatkan dalam melakukan kegiatan positif. Seperti membantu orang lain, gotong royong membangun masjid, membersihkan lingkungan, melestarikan sarana dan prasarana lingkungan, menjaga keamanan lingkungan serta membuang atau menyingkirkan duri di jalan termasuk sedekah dengan tenaga.
- b) Potensi pikiran, merupakan kemampuan untuk berfikir dalam memecahkan setiap persoalan yang dihadapi manusia. Seseorang yang berada dalam kesulitan maka dapat

---

<sup>68</sup>Kementerian Agama RI. Alquran dan Terjemah New Cordova. (Bandung : Syaamil Quran, 2012), 45.

bersedekah dengan sumbangan saran dan nasihat yang baik. (Muhammad Sanusi, 2009: 13-20). Rosulullah bersabda :”Janganlah sekali-kali engkau meremehkan suatu kebaikan, walaupun hanya menemui saudaramu (sesama muslim) dengan wajah yang ramah”. (HR. Muslim).<sup>69</sup>

Menurut Wahyu macam sedekah tidak kenal batasan, secara garis besar bahwa sedekah tidak melalui sosial, harta duniawi saja, akan tetapi juga dengan harta rohani.<sup>70</sup>

1. Sedekah dengan harta duniawi berupa uang, pakaian, pangan, atau benda apapun yang dilihat oleh mata dan milik pribadi. Allah berfirman dalam surat Ali Imran ayat 92:

لَنْ تَنَالُوا الْبِرَّ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا حُبُّونَ ۗ وَمَا

تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ ﴿٩٢﴾

“Kamu sekali-kali tidak sampai kepada kebajikan (yang sempurna), sebelum kamu menafkahkan sehagian harta yang kamu cintai. dan apa saja yang kamu nafkahkan Maka Sesungguhnya Allah mengetahuinya”. (QS. Ali Imran : 92).<sup>71</sup>

<sup>69</sup>Muhammad Sanusi. *The Power Of Sedekah*. (Yogyakarta : Pustaka Insan Madani, 2009), 13-20.

<sup>70</sup>Wahyu Indah Retnowati. *Hapus Gelisah dengan Sedekah*. (Jakarta : Qultum Media, 2007), 15-22.

<sup>71</sup>Kementerian Agama RI. *Alquran dan Terjemah New Cordova*. (Bandung : Syaamil Quran, 2012), 62.

Menafkahkan sebagian harta dengan mengharap ridho Allah jauh lebih baik daripada hanya sekedar memberi tanpa arti, atau mengharapkan imbalan dari orang lain. Sedekah berupa harta benda memang tidak dibatasi siapa yang memberi dan menerima, tentang sedekah yang diberikan dari orang non-muslim ada konteks tertentu yang berhak untuk diseleksi (karena terhalang agama).

2. Sedekah yang bukan berupa harta duniawi, melainkan bisa dilihat dengan hati, yaitu sedekah yang berupa kebaikan, memberikan pertolongan, bahkan memberikan senyuman dapat dikategorikan sebagai sedekah.

Macam-macam sedekah menurut Gus Arifin dalam bukunya *Zakat Sedekah Infak*, menyebutkan sebagai berikut:<sup>72</sup>

1. Memberi nafkah kepada keluarga adalah sedekah.
2. Mencari dan menyebarkan ilmu juga sedekah.
3. Berjalan menuju masjid adalah sedekah.
4. Shalat berjamaah itu sedekah.
5. Meminjamkan sesuatu harta adalah sedekah.

Pada kandungan surat al-Baqarah ayat 271 sedekah dibedakan menjadi 2 yaitu sedekah secara sembunyi-sembunyi (*sirr*) dan sedekah secara terang-terangan (*jahr*). Adapun sedekah secara sembunyi-sembunyi (*sirr*) mempunyai 5 makna antara lain:

---

<sup>72</sup>Gus Arifin. *Zakat Sedekah Infak*. (Jakarta : Media Komputindo, 2011), 228-237.

1. Bahwasanya merahasiakan dari orang yang mengambil sedekah, demi menjaga harga diri (*murū'ah*) serta menjaga prasangka terungkapnya kebodohan.
2. Menyelamatkan hati dan lidah manusia karena barangkali mereka dengki dengan pemberian sedekah.
3. Merahasiakan si pemberi
4. Merahasiakan si penerima sedekah karena menampakkan penerima sedekah terdapat kerendahan atau penghinaan.
5. Menjaga diri dari syubhat dan syirik.

Adapun sedekah secara terang-terangan mengandung 4 makna antara lain:

1. Ikhlas, benar, dan selamat dari keraguan keadaan dari hal pamer.
2. Menggurkan pangkat dan kedudukan dan melepaskan diri dari sifat sombong.
3. Bahwasanya orang arif itu tidak mempunyai pandangan kecuali kepada Allah.
4. Menampakkan demi menegakkan sunnah dan bersyukur.<sup>73</sup>

c. Keutamaan atau Fadilat Sedekah

Sedekah memiliki keutamaan yang besar dan pahala yang melimpah di dunia maupun di akhirat. Hal itu akan diperoleh oleh seseorang yang diberikan bimbingan oleh Allah dan dikehendaki kebaikan kepadanya.<sup>74</sup>

---

<sup>73</sup>Imam Al-Ghazali. *Terjemahan Ihya' Ulumuddin Jilid II*. (Semarang : Asy-Syifa, 1990), 71-72.

<sup>74</sup>Achmad Sunarto. *Indahnya Bersedekah*. Surabaya : Menara Suci, 2015), 10.

Adapun diantara keutamaan bersedekah yaitu:

1. Melindungi dari bencana.

Sebagian para ulama salaf berpendapat bahwa sedekah bisa menolak bencana dan musibah-musibah, sekalipun pelakunya orang zalim. Imam Ibnu Qayyim al-Jauyiah mengatakan: sesungguhnya sedekah bisa memberikan pengaruh yang menakjubkan untuk menolak berbagai macam bencana sekalipun pelakunya orang yang fajir (pendosa), zalim, atau bahkan orang kafir, karena Allah akan menghilangkan berbagai macam bencana dengan perantara sedekah tersebut.

2. Menjadikan harta berkah dan berkembang

Bersedekah bisa menjadikan pelakunya memiliki harta yang berlimpah, maka jadilah orang kaya dengan bersedekah. Allah berfirman:

قُلْ إِنَّ رَبِّي يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَن يَشَاءُ مِنْ عِبَادِهِ ۖ  
وَيَقْدِرُ لَهُ ۖ وَمَا أَنْفَقْتُمْ مِنْ شَيْءٍ فَهُوَ يُخْلِفُهُ ۖ وَهُوَ

خَيْرُ الرَّاظِقِينَ ﴿١٠٤﴾

“Katakanlah: "Sesungguhnya Tuhanku melapangkan rezki bagi siapa yang dikehendaki-Nya di antara hamba-hamba-Nya dan menyempitkan bagi (siapa yang dikehendaki-Nya)". dan barang apa saja yang kamu nafkahkan, Maka Allah akan

mengantinya dan Dia-lah pemberi rezki yang sebaik-baiknya”. (QS. Saba’ : 39).<sup>75</sup>

3. Melapangkan jalan ke surga, menyumbat jalan ke neraka.<sup>76</sup>

Sesuai dengan firman Allah SWT:

﴿ وَسَارِعُوا إِلَىٰ مَغْفِرَةٍ مِّن رَّبِّكُمْ وَجَنَّةٍ عَرْضُهَا

السَّمَوَاتُ وَالْأَرْضُ أُعِدَّتْ لِلْمُتَّقِينَ ﴾ الَّذِينَ

يُنْفِقُونَ فِي السَّرَّاءِ وَالضَّرَّاءِ وَالْكَبَاطِئِ الْغَيْظِ

وَالْعَافِينَ عَنِ النَّاسِ ۗ وَاللَّهُ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ ﴾

133. “Dan bersegeralah kamu kepada ampunan dari Tuhanmu dan kepada surga yang luasnya seluas langit dan bumi yang disediakan untuk orang-orang yang bertakwa”,

134. “(yaitu) orang-orang yang menafkahkan (hartanya), baik di waktu lapang maupun sempit, dan orang-orang yang menahan amarahnya dan mema’afkan (kesalahan) orang. Allah menyukai orang-orang yang berbuat kebajikan”. (QS. Ali Imran : 133-134).<sup>77</sup>

4. Sedekah dapat menyembuhkan penyakit. Rasulullah SAW. bersabda, *Obatilah penyakitmu dengan sedekah.*

<sup>75</sup>Kementerian Agama RI. Alquran dan Terjemah New Cordova. (Bandung : Syaamil Quran, 2012), 432.

<sup>76</sup>*Ibid.*, 64-67.

<sup>77</sup>Kementerian Agama RI. Alquran dan Terjemah New Cordova. (Bandung : Syaamil Quran, 2012), 67.



5. Sedekah dapat menunda kematian dan memanjangkan umur.  
Rasulullah SAW. bersabda, *Perbanyaklah sedekah sebab, sedekah bisa memanjangkan umur.*
6. Mendapatkan pahala dan keutamaan 700 kebaikan.  
Allah berfirman:

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ  
حَبَّةٍ أُنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ سُنبُلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ  
وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

“Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang dia kehendaki. dan Allah Maha luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui”.  
(QS. Al Baqarah : 261).<sup>78</sup>

7. Diberikan kemudahan dan jalan keluar oleh Allah.  
Firman Allah:

فَأَمَّا مَنْ أَعْطَى وَاتَّقَى ۖ وَصَدَّقَ بِالْحُسْنَى ۖ  
فَسَنِّيئِرُهُ لِلْيُسْرَى ۖ وَأَمَّا مَنْ بَخِلَ وَاسْتَغْنَى ۖ

<sup>78</sup>Kementerian Agama RI. Alquran dan Terjemah New Cordova. (Bandung : Syaamil Quran, 2012), 44.

وَكَذَّبَ بِالْحُسْنَىٰ ﴿٦﴾ فَسَنِيسِرُهُ لِلْعُسْرَىٰ ﴿٧﴾ وَمَا

يُغْنِي عَنْهُ مَالُهُ إِذَا تَرَدَّىٰ ﴿٨﴾

(5) “Adapun orang yang memberikan (hartanya di jalan Allah) dan bertakwa”. (6) “Dan membenarkan adanya pahala yang terbaik (syurga)”. (7) “Maka kami kelak akan menyiapkan baginya jalan yang mudah”. (8) “Dan adapun orang-orang yang bakhil dan merasa dirinya cukup”. (9) “Serta mendustakan pahala terbaik”. (10) “Maka kelak kami akan menyiapkan baginya (jalan) yang sukar”. (11) “Dan hartanya tidak bermanfaat baginya apabila ia Telah binasa”. (QS. al-Lail: 5-11).<sup>79</sup>

8. Mendapatkan ketenangan dan kelapangan jiwa.<sup>80</sup>

Allah berfirman:

الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ بِاللَّيْلِ وَالنَّهَارِ سِرًّا  
وَعَلَانِيَةً فَلَهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ

عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ ﴿٧٤﴾

“Orang-orang yang menafkahkan hartanya di malam dan di siang hari secara tersembunyi dan terang-terangan, Maka mereka mendapat pahala di sisi Tuhannya.

<sup>79</sup>Kementerian Agama RI. Alquran dan Terjemah New Cordova. (Bandung : Syaamil Quran, 2012), 595.

<sup>80</sup>Hikmat Kurnia, dkk. *Panduan Pintar Zakat*. (Jakarta : Qultum Media, 2008), 72-74.

tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak (pula) mereka bersedih hati”. (QS. al- Baqarah : 274).<sup>81</sup>

9. Sedekah dapat menutup kesalahan. Allah berfirman:

فَاتَّقُوا اللَّهَ مَا اسْتِطَعْتُمْ وَأَسْمِعُوا وَأَطِيعُوا وَأَنْفِقُوا خَيْرًا لِأَنْفُسِكُمْ وَمَنْ يُوقِ شُحَّ نَفْسِهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْفَالِحُونَ

“Maka bertakwalah kamu kepada Allah menurut kesanggupanmu dan dengarlah serta taatlah dan nafkahkanlah nafkah yang baik untuk dirimu. dan barangsiapa yang dipelihara dari kekikiran dirinya, Maka mereka Itulah orang-orang yang beruntung”. (QS. At-Taghaabun : 16).<sup>82</sup>

10. Sedekah mencegah kemalangan dan musibah.

Amalan sedekah adalah sala satu amalan yang dicintai Allah. Pun sedekah memiliki banyak keutamaan salah satunya nikmat keselamatan dunia dan akhirat. Dalam hadis, Rasulullah menakwilkan pentingnya sedekah:

---

<sup>81</sup>Kementerian Agama RI. Alquran dan Terjemah New Cordova. (Bandung : Syaamil Quran, 2012), 46.

<sup>82</sup>Kementerian Agama RI. Alquran dan Terjemah New Cordova. (Bandung : Syaamil Quran, 2012), 557.

*“Bersegeralah kalian untuk mengeluarkan sedekah, karena sungguh bencana tak dapat melewati sedekah”.* (HR. Thabrani).<sup>83</sup>

Sedangkan menurut Wahyu, bersedekah memberikan banyak manfaat bagi siapa saja terutama bagi yang memberi sedekah, antara lain yaitu:<sup>84</sup>

1. Dapat menenangkan jiwa, yaitu dijauhkan dari rasa gelisah, resah, bingung, dan bimbang, atas semua urusan dunianya.
2. Ada perasaan bahagia karena telah menolong orang lain.
3. Akan ditingkatkan derajatnya di mata Allah SWT.
4. Dimudahkan urusan dunia oleh Allah.
5. Diberikan solusi terbaik dari segala permasalahannya.

Manfaat lain yang diperoleh dengan bersedekah yaitu mensucikan hati dan sifat bakhil, dan membersihkan harta dari terambilnya hak-hak orang lain. Hikmah bersedekah menurut Ibrahim antara lain yaitu:<sup>85</sup>

1. Allah akan melipat-gandakan pahala orang yang bersedekah.
2. Sedekah dapat menolak kematian yang buruk.
3. Sedekah dapat melindungi/menaunginya di hari kiamat.

---

<sup>83</sup>Gus Arifin. *Zakat Sedekah Infak*. (Jakarta : Media Komputindo, 2011), 209-210.

<sup>84</sup>Wahyu Indah Retnowati. *Hapus Gelisah dengan Sedekah*. (Jakarta : Qultum Media, 2007), 23.

<sup>85</sup>Musthafa Syaikh Ibrahim Haqiqi. *Sedekah Berbalas Kontan: balasan berlipat terhindar musibah*. (Solo : Aqwam Media Profetika, 2010), 85-87.

4. Mendekatkan diri kepada Allah.

### 3. Analisis Isi

Analisis isi (content analysis) pada awalnya berkembang dalam bidang surat kabar yang bersifat kuantitatif. Pelopor analisis isi adalah Harold D. Lasswell, yang memelopori teknik *symbol coding*, yaitu mencatat lambang atau pesan secara sistematis, kemudian diberi interpretasi.<sup>86</sup>

Analisis isi (Content Analysis) adalah penelitian yang bersifat pembahasan secara mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak dalam media massa. Analisis isi digunakan untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang.<sup>87</sup>

Analisis isi juga dapat dikatakan sebagai suatu teknik penelitian untuk memperoleh gambaran isi pesan komunikasi massa yang dilakukan secara objektif, sistematis, dan relevan secara sosiologis, uraian analisisnya boleh saja menggunakan tata cara pengukuran kuantitatif atau kualitatif bahkan keduanya sekaligus.<sup>88</sup>

Analisis isi adalah suatu teknik untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru (*replicable*) dan sah, dengan memperhatikan konteksnya.<sup>89</sup> Menurut Budd yang dikutip Burhan Bugin dalam buku “Metodologi Penelitian Kualitatif” Metode

---

<sup>86</sup>Imam Suprayogo, Tobroni. *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*.

(Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2001), 6.

<sup>87</sup>Jalaludin Rahmad. *Metode Penelitian Komunikasi*. (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 1995), 89.

<sup>88</sup>Zulkarimein Nasution. *Sosiologi Komunikasi Massa (Modul 1-9, edisi ke-2)*. (Jakarta : Pusat Penerbitan Universitas Terbuka, 1993), 13.

<sup>89</sup>Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2001), 231.

analisis isi pada dasarnya merupakan suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah pesan, atau suatu alat untuk mengofserfasi dan menganalisis isi perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih.<sup>90</sup>

Sedangkan menurut Berelson (1952) yang kemudian dikutip oleh Kerlinger (1986) dalam buku “Metode Penelitian Komunikasi”, analisis isi adalah metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif, dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak.<sup>91</sup>

Analisis isi adalah sebuah metode penelitian dengan menggunakan seperangkat prosedur untuk membuat inferensi yang valid dari teks (Weber). Analisis isi adalah pengujian yang sistematis dan dapat direplikasi dari simbol-simbol komunikasi, dimana simbol ini diberikan nilai numerik berdasarkan pengukuran yang valid, dan analisis menggunakan metode statistik untuk menggambarkan isi komunikasi, menarik kesimpulan dan memberikan konteks, baik produksi ataupun konsumsi (Riffe, Lacy dan Fico).<sup>92</sup>

Analisis isi merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengetahui kecenderungan isi komunikasi. Ada dua pendekatan yang sering digunakan yaitu analisis isi kuantitatif (*quantitative content analysis*) dan analisis isi kualitatif

---

<sup>90</sup>*Ibid.*, 187.

<sup>91</sup>Sobur. *Analisis Teks Media*. (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2012), 70.

<sup>92</sup>Jumal Ahmad., *Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis)*, 2018, diakses pada tanggal 12 Juli 2020 dari <https://www.researchgate.net/publication/325965331>.

(*qualitative content analysis*).<sup>93</sup> Peneliti dalam hal ini menggunakan analisis kuantitatif.

Secara umum, analisis isi kuantitatif dapat didefinisikan sebagai sesuatu teknik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi. Analisa isi ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan sistematis isi komunikasi yang tampak (manifest), dan dilakukan secara objektif, valid, reliabel, dan dapat direplikasi.<sup>94</sup>

Analisis isi kuantitatif menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Maka tidak terlalu memntingkan kedalaman data atau analisis. Peneliti lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga data atau hasil penelitian dianggap merupakan representasi dari keseluruhan populasi. Maka secara umum analisis isi kuantitatif adalah tehnik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi.<sup>95</sup>

Analisis isi kuantitatif harus dibedakan dengan jenis-jenis analisis isi lainnya, seperti semiotika, framing, wacana, naratif, dan banyak lagi. Analisis isi kuantitatif mempunyai karakteristik/prinsip yang berbeda dengan analisis teks lainnya.<sup>96</sup>

---

<sup>93</sup>*Ibid.*

<sup>94</sup>Eriyanto. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. (Jakarta : Kencana, 2011), 15.

<sup>95</sup>Rahmat Kriyantono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. (Jakarta : Kencana, 2006), 57.

<sup>96</sup>Eriyanto. *Analisis isi*. (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2011), 15.

Prinsip analisis berdasarkan definisi diatas, sebagai berikut.<sup>97</sup>

a. Prinsip Sistematis

Ada perlakuan prosedur yang sama pada semua isi yang dianalisis. Periset tidak dibenarkan menganalisis hanya pada isi yang sesuai dengan perhatian dan minatnya, tetapi harus pada keseluruhan isi yang telah ditetapkan untuk diriset.

b. Prinsip Objektif

Hasil analisis tergantung pada prosedur riset bukan pada orangnya. Kategori yang sama bila digunakan untuk isi yang sama dengan prosedur yang sama, maka hasilnya harus sama, walaupun risetnya beda.

c. Prinsip Kuantitatif

Mencatat nilai-nilai bilangan atau frekuensi untuk melukiskan berbagai jenis isi yang didefinisikan. Diartikan juga sebagai prinsip digunakan metode deduktif.

d. Prinsip Isi yang Nyata

Yang diriset dan dianalisis adalah isi yang tersurat (tampak) bukan makna yang dirasakan periset. Perkara hasil akhir dari analisis nanti menunjukkan adanya sesuatu yang tersembunyi, hal itu sah-sah saja. Namun semuanya bermula dari analisis terhadap isi yang tampak.

---

<sup>97</sup>Ibrahim Abdul Syukur. *Metode Analisis Teks & Wacana*. (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2009), 231.



- e. Replikabel  
Penelitian dengan temuan tertentu dapat diulang dan menghasilkan temuan yang sama pula. Hasil-hasil dari analisis isi sepanjang menggunakan bahan dan teknik yang sama, harusnya menghasilkan hasil yang sama. Temuan yang sama ini berlaku untuk peneliti yang berbeda, waktu yang berbeda dan konteks yang berbeda.
- f. Perangkuman  
Analisis isi umumnya dibuat untuk membuat gambaran umum karakteristik dari suatu isi/ pesan. Analisi isi tidak berpotensi menyajikan secara detail satu atau beberapa kasus isi. Analisi isi bertipe nomotetik yang ditujukan membuat generalisasi dari pesan, bukan jenis idiografik yang umumnya membuat gambaran detail dari fenomena.

## **B. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

1. Peneliti juga menemukan skripsi dari UIN Sunan Ampel Surabaya yang sesuai ragam dan corak penelitian peneliti. Skripsi ini diteleti oleh Abdul Wafi Akbar B71214026 tahun 2018 dengan judul Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz Bangun Samudra dalam Video Kajian Muallaf Hijrah Sepenuh Hati. Penelitian ini sesuai dengan ragam dan corak penelitian peneliti pada objek penelitian yaitu wacana dalam media online, juga pendekatan penelitian, serta jenis penelitian analisis isi kuantitatif. Pembeda antara skripsi peneliti dengan skripsi ini terletak pada platform media onlinenya. Penelitian ini meneliti media online YouTube, sedangkan peneliti sendiri meneliti media online Website. Konklusi dari

penelitian ini bahwa peneliti menggunakan analisis isi kuantitatif untuk melihat prosentase kategori pesan dakwah yang terdapat dalam video tersebut. Peneliti menemukan pesan akidah 51,4%, pesan akhlak 31,4%, dan pesan syariah 17,2%. Maka pesan dakwah yang paling dominan adalah pesan dakwah akidah yaitu dengan prosentase 51,4%.

2. Penelitian terdahulu yang sesuai dengan ragam atau corak penelitian peneliti untuk penguat orisinalitas penelitian, maka peneliti menemukan skripsi dari UIN Sunan Ampel Surabaya tahun 2018 dengan judul Pesan Dakwah dalam Web Series Pulang-Pulang Ganteng Episode 3-5 di Youtube oleh Riza Ahmad Zaini NIM. B71214057. Penelitian ini sesuai dengan ragam dan corak penelitian peneliti pada objek penelitian yaitu media online, jenis penelitian, serta konklusi penelitian yaitu pesan dakwah. Perbedaan antara skripsi peneliti dengan skripsi ini terletak pada platform media online yang diteliti, skripsi ini menggunakan media online YouTube, sedangkan peneliti media online Website. Konklusi dari penelitian ini bahwa peneliti menggunakan analisis isi kuantitatif untuk melihat prosentase kategori pesan dakwah yang terdapat dalam web series Pulang-Pulang Ganteng episode 3-5 di YouTube. Peneliti menemukan pesan akidah 22,2%, pesan akhlak 66,6%, dan pesan syariah 11,2%. Maka pesan dakwah yang paling dominan adalah pesan dakwah akhlak yaitu dengan prosentase 66,6%.
3. Peneliti melakukan penelusuran lagi dan menemukan kesesuaian ragam dan corak penelitian peneliti di skripsi M. Faizal Rachman, NIM. B91215095. dari UIN Sunan Ampel Surabaya tahun 2019 dengan judul Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Webtoon “Laa Tahzan : Don’t Be Sad” Episode #71 - #80 di Line

Webtoon. Penelitian ini sesuai dengan ragam dan corak penelitian peneliti pada objek penelitian, jenis penelitian, dan konklusi pesan dakwah. Perbedaan antara skripsi peneliti dengan skripsi ini terletak pada platform media online. Penelitian ini menggunakan platform media online Line Webtoon sedangkan peneliti menggunakan platform media online Website. Konklusi dari penelitian ini bahwa peneliti menggunakan analisis isi kuantitatif untuk melihat prosentase kategori pesan dakwah yang terdapat dalam Webtoon “Laa Tahzan : Don’t Be Sad” Episode #71 - #80 di Line Webtoon. Peneliti menemukan pesan akidah 28%, pesan akhlak 60%, pesan syariah 12%. Maka pesan dakwah yang paling dominan adalah pesan akhlak yaitu dengan prosentase 60%.

4. Peneliti menemukan skripsi dari UIN Sunan Ampel Surabaya yang sesuai ragam dan corak penelitian peneliti. Peneliti dalam skripsi ini Iqbal Mansur, NIM B71212065 tahun 2019 dengan judul Pesan Akhlak pada Radio Suara Surabaya (Analisis Isi). Kesesuaian penelitian ini dengan penelitian peneliti sendiri terletak pada jenis penelitian analisis isi. Perbedaan antara keduanya terletak pada jenis media massanya dan konklusi penelitian. Peneliti sendiri meneliti media online dari Jawa Pos, sedangkan skripsi ini meneliti dari media elektronik Radio Suara Surabaya. Konklusi dari penelitian ini mengacu hanya pada kategori pesan dakwah akhlak. Hasil dari penelitian ini bahwa peneliti menggunakan analisis isi kuantitatif untuk melihat prosentase kategori pesan dakwah akhlak yang terdapat dalam radio Suara Surabaya. Peneliti menemukan pesan dakwah akhlak terhadap Allah ditemukan sebanyak 2 dengan persentase 8,33%, pesan akhlak terkait akhlak terhadap diri

sendiri ditemukan sebanyak 9 dengan persentase 37,5%, pesan akhlak terkait akhlak terhadap orang lain ditemukan sebanyak 9 dengan persentase 37,5%, pesan akhlak terkait akhlak dalam bernegara sebanyak 4 dengan persentase 16,67%.

5. Peneliti eksplor lagi penelitian yang relevan dengan ragam dan corak penelitian peneliti. Peneliti kembali menemukan skripsi dari Ismy Nurus Shobah, NIM. B01216021 tahun 2019. dengan judul Analisis Isi Pesan Dakwah Sinetron Kun Anta 2 Episode 01 sampai Episode 06 Di MNCTV. Penelitian ini sesuai dengan ragam dan corak penelitian peneliti pada konklusi pesan dakwah. Pembeda penelitian ini dengan penelitian peneliti sendiri pada jenis medianya, jenis penelitian. Jenis media yang diteleti dalam skripsi ini media massa elektronik yakni televisi, sedangkan peneliti sendiri memilih media online. Jenis penelitian yang dipakai dalam skripsi ini yakni analisis isi kualitatif, sedangkan peneliti sendiri memakai analisis isi kuantitatif. Konklusi dari skripsi ini membahas analisis isi kualitatif pesan dakwah dalam program sinetron Kun Anta 2 episode 01- 06 yang memberikan pengetahuan terdapat tiga kategori pesan dakwah yaitu pesan akidah, akhlak, dan syariah. Maka dalam hal ini yang paling mendominasi pesan akhlak dan disimpulkan bahwa program sinetron Kun Anta 2 banyak yang merepresentasikan akhlak baik serta dapat jadi contoh dalam kehidupan sehari-hari.

Tabel 2.1  
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Abdul Wafi	Analisis Isi Pesan Dakwah Ustadz	Objek penelitian,	Platform media

	Akbar	Bangun Samudra dalam Video Kajian Muallaf Hijrah Sepenuh Hati.	pendekatan penelitian, serta jenis penelitian analisis isi kuantitatif.	online.
2.	Riza Ahmad Zain	Pesan Dakwah dalam Web Series Pulang-Pulang Ganteng Episode 3-5 di Youtube	Objek penelitian, jenis penelitian, serta konklusi penelitian yaitu pesan dakwah	Platform media online.
3.	M. Faizal Rachman	Analisis Isi Pesan Dakwah dalam Webtoon “Laa Tahzan : Don’t Be Sad” Episode #71 - #80 di Line Webtoon	Objek penelitian, jenis penelitian, dan konklusi pesan dakwah	Platform media online.
4.	Iqbal Mansur	Pesan Akhlak pada Radio Suara Surabaya (Analisis Isi).	Jenis penelitian yaitu analisis isi deskriptif.	Jenis media massanya dan konklusi penelitian
5.	Ismy Nurushobah	Analisis Isi Pesan Dakwah Sinetron Kun Anta 2 Episode 01 sampai Episode 06 Di MNCTV	Konklusi pesan dakwah	Jenis medianya, jenis penelitian

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian adalah proses mencari data dengan mengemukakan proses-proses pencarian data secara mekanisme dan prosedur penelitian. Tentu saja tidak pernah lepas dengan pengejawantahan teori dan landasan pikiran yang sistematis. Ibaratnya metode penelitian adalah pisau pembedah secara ilmiah dalam mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan meneliti suatu objek untuk mendapatkan hasil temuan. Metode merupakan salah satu aspek penting dalam penelitian. Metode merupakan acuan ataupun pedoman dalam melakukan penelitian. Adapun metode penelitian juga harus didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis.<sup>1</sup>

Penelitian ini perlu diketahui menggunakan metode penelitian kuantitatif. Kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang dalam menjawab rumusalah masalah penelitian memerlukan pengukuran yang cermat dan tepat terhadap variabel-variabel dari objek yang diteliti, guna menghasilkan kesimpulan yang mampu digeneralisasikan.<sup>2</sup>

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pengeksplikasian pendekatan dalam penelitian merupakan aspek terpenting dalam menyusun penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan

---

<sup>1</sup>Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Cet. 20*. (Bandung : Alfabeta, 2014), 2.

<sup>2</sup>Cholid N & H. Abu. *Metodologi Penelitian*. (Jakarta : Bumi Aksara, 2004), 44.

kuantitatif dengan jenis analisis isi. Jika dilihat dari pendekatan analisis isi, dapat dibagi menjadi tiga bagian besar, yakni analisis isi deskriptif, eksplanatif, dan prediktif. Analisis isi deskriptif sebatas hanya menggambarkan pesan, sementara pada analisis isi eksplanatif berbicara untuk menguji hubungan diantara variabel, sedangkan analisis isi prediktif ditujukan untuk menguji prediksi variabel lain dengan menggunakan suatu variabel.<sup>3</sup>

Peneliti dalam penelitian ini akan menggunakan analisis isi deskriptif, karena dalam penelitian ini hanya bertujuan untuk menggambarkan pesan, tentu berbeda dengan penelitian dengan penelitian yang ingin menguji hubungan atau prediksi diantara variabel. Analisis isi deskriptif adalah penelitian kuantitatif dengan format deskriptif yang dimaksudkan untuk menggambarkan atau mengeksplikasikan secara detail suatu pesan, atau suatu teks tertentu. Tujuan dari analisis isi deskriptif untuk mengeksplikasikan, meringkas suatu kondisi, situasi, atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang telah menjadi objek penelitian itu berdasarkan sesuatu yang terjadi. Kemudian mengangkat ke permukaan karakter atau proyeksi tentang kondisi, situasi, ataupun variabel tersebut. Desain analisis isi ini tidak dimaksudkan untuk menguji suatu hipotesis tertentu, atau menguji hubungan diantara variabel. Analisis isi semata

---

<sup>3</sup>Eriyanto. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. (Jakarta : Kencana, 2011), h. 46.

untuk deskripsi, menggambarkan aspek-aspek dan karakteristik dari suatu pesan.<sup>4</sup>

Menurut Berelson & Kerlinger, analisis isi dapat dikatakan sebagai suatu metode untuk mempelajari dan menganalisis komunikasi secara sistematis, objektif, dan kuantitatif terhadap pesan yang tampak. Sedangkan menurut Budd (1967), analisis isi merupakan suatu teknik sistematis untuk melakukan analisis isi pesan dan mengolah pesan atau sesuatu yang terbuka dari komunikator yang dipilih.<sup>5</sup>

Secara umum, analisis isi kuantitatif dapat didefinisikan sebagai suatu teknik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik substansinya dan menarik simpulan dari substansi tersebut. Analisis isi ditujukan untuk mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak (*manifest*), dan dilakukan secara objektif, valid, *reliable*, dan dapat direplikasi. Menurut Krippendorff Analisis isi adalah suatu teknik penelitian untuk membuat inferensi yang dapat direplikasi (ditiru) dan kevalidan datanya dengan memerhatikan konteksnya.<sup>6</sup>

Analisis isi memiliki relevansi dengan isi suatu komunikasi.<sup>7</sup> Penggunaan analisis isi mempunyai

---

<sup>4</sup>Eriyanto. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. (Jakarta : Kencana, 2011), 47.

<sup>5</sup>Rachmat Kriyantono. *Teknik Praktik Riset Komunikasi*. (Jakarta : Kencana, 2009), 230.

<sup>6</sup>Eriyanto. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. (Jakarta : Kencana, 2011), 15/

<sup>7</sup>Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2001), 233.



beberapa manfaat atau tujuan. McQuail dalam buku *Mass Communication Theory* mengatakan bahwa tujuan dilakukan analisis terhadap isi pesan komunikasi adalah:

1. Mendeskripsikan dan membuat perbandingan terhadap isi.
2. Media membuat perbandingan antara isi media dengan realitas sosial
3. Isi media merupakan refleksi dari nilai-nilai sosial dan budaya serta sistem kepercayaan masyarakat
4. Mengetahui fungsi dan efek media
5. Mengevaluasi media performance
6. Mengetahui apa ada bias media

Sehubungan dengan hal tersebut, maka jenis analisis isi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi kuantitatif dengan menggambarkan pesan dakwah yang nampak dalam pemberitaan Media Online Jawa Pos dengan cara menampilkan teks berita dan menyusun data yang telah dipilih peneliti yang didasarkan pada distribusi nilai variabel dan frekuensi pesan dakwah yang terdapat pada nilai variabel tersebut. Adapun alasan memilih analisis isi kuantitatif, karena peneliti ingin mengetahui muatan atau pesan dakwah yang tampak dalam media online Jawa Pos, dengan cara menghitung frekuensi dan presentase masing-masing kategori pesan dakwah yang ada dalam pemberitaan “Penjual Bakso di Terminal Purabaya Beri Bakso Gratis Penghafal Alquran” di media online Jawa Pos.

## B. Unit Analisis

Unit analisis merupakan sesuatu yang memiliki relevansi dengan fokus atau sasaran yang akan

diteliti. Unit analisis dapat diartikan sebagai suatu penelitian yang berupa benda, individu, kelompok, wilayah dan waktu tertentu sesuai dengan fokus penelitian. *Unit of analysis* adalah pesan yang akan diteliti melalui analisis isi pesan yang dimaksud berupa gambar, judul, kalimat, paragraf, adegan dalam isi film atau keseluruhan isi pesan.<sup>8</sup>

Unit analisis menjadi penentuan langkah awal yang penting dalam proses analisis isi. Krippendorff mendefinisikan unit analisis sebagai apa yang diobservasi, dicatat dan dianggap sebagai data memisahkan menurut batas-batasnya dan mengidentifikasi untuk analisis berikutnya. Penentuan unit analisis ini sangat penting, karena unit analisis nantinya akan menentukan aspek apa dari teks yang dilihat dan pada akhirnya hasil atau temuan yang didapat. Penentuan unit analisis yang tepat dapat menghasilkan data yang valid dan menjawab tujuan penelitian.<sup>9</sup>

Secara umum, dari berbagai jenis unit analisis yang ada dalam analisis isi, dapat dibagi kedalam tiga bagian besar, yakni unit sampel, unit pencatatan, dan unit konteks. Unit sampel adalah bagian dari objek yang dipilih (diseleksi) oleh peneliti untuk didalami. Sedangkan unit pencatatan adalah bagian atau aspek dari isi yang menjadi dasar dalam pencatatan dan analisis. Sementara unit konteks adalah konteks apa yang diberikan oleh peneliti

---

<sup>8</sup>Dody M. Ghazali. *Comunication Measurement; Konsep dan Aplikasi Pengukuran Kinerja Public Relation*. (Bandung : Simbiosis Ekatama Media, 2005), 149.

<sup>9</sup>Eriyanto. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. (Jakarta : Kencana, 2011), 59.

untuk memahami atau memberikan arti pada hasil pencatatan.

Penelitian analisis isi ini, peneliti akan menggunakan unit tematik dan unit sintaksis dengan satuan ukurannya adalah salah satu berita dari media online Jawa Pos yang dilayangkan pada Jumat (28/06/2019) dengan judul “Penjual Bakso di Terminal Purabaya Beri Bakso Gratis Penghafal Alquran”. Penelitian ini tetap ada batasan pada subyek yang dikaji ini, dan diharapkan nantinya tidak akan melebar pada persoalan-persoalan yang diluar konteks dari subyek-subyek tersebut.

### C. Populasi dan Sampel

Analisis isi memiliki dua aspek penting untuk menentukan populasi yaitu topik dan periode waktu.<sup>10</sup> Populasi merupakan penentuan objek penelitian untuk dipilih dijadikan sasaran untuk memperoleh dan menyatukan data.<sup>11</sup> Secara singkat populasi dieksplikasikan sebagai keseluruhan elemen-elemen yang terkandung pada objek dan hendak peneliti ketahui substansinya.<sup>12</sup>

Sedangkan sampel merupakan bagian atau sejumlah populasi tertentu yang akan diriset.<sup>13</sup> Analisis isi ini mempunyai berbagai macam metode untuk menentukan dan menarik sampel. Penarikan sampel ini secara umum terbagi menjadi dalam dua

---

<sup>10</sup>Rachmat Kriyantono. *Teknik Praktik Riset Komunikasi*. (Jakarta : Kencana, 2009), 236.

<sup>11</sup>P. Joko Subagyo. *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*. (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2004), 23.

<sup>12</sup>Eriyanto. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. (Jakarta : Kencana, 2011), 109.

<sup>13</sup>Rachmat Kriyantono. *Teknik Praktik Riset Komunikasi*. (Jakarta : Kencana, 2009), 236.

bagian besar, yaitu (*random/probability sampling*) penarikan sampel secara acak dan (*non-random/non-probability sampling*) penarikan sampel secara tidak acak. Jika penarikan sampel dilakukan acak, maka metode penarikannya yaitu memakai hukum kemungkinan atau probabilitas, di mana memberikan kesempatan dan peluang yang sama kepada anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel. Jika penarikan sampel dilakukan tidak acak, maka metode penarikannya yaitu tidak memakai hukum kemungkinan atau probabilitas, di mana tidak memberikan kesempatan dan peluang yang sama kepada anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel.<sup>14</sup>

Peneliti dalam kaitan ini menentukan populasi penelitian yaitu pemberitaan dari Jawa Pos pada Jumat, 28 Juni 2019. Sampelnya sendiri, peneliti memakai metode penarikan *purposive sampling*. Metode penarikan ini dipakai dalam penelitian yang lebih mengutamakan tujuan penelitian daripada sifat populasi dalam menentukan sampel penelitian. Sampel yang diambil ini berdasarkan tujuan penelitian. Oleh karena itu peneliti mengambil sampel pemberitaan yang sifatnya fokus memuat pesan dakwah, yaitu dalam pemberitaan “Penjual Bakso di Terminal Purabaya Beri Bakso Gratis Penghafal Alquran”.

Peneliti mempunyai ketertarikan dan atensi tersendiri dalam memandang substansi pesan dari berita Jawa Pos tersebut, sebab dalam penarikan sampel tidak acak dapat dilakukan karena

---

<sup>14</sup>*Op.Cit*, 115.

subjektivitas peneliti.<sup>15</sup> Peneliti secara sengaja mengambil sampel atau periode waktu tertentu dengan dasar pertimbangan ilmiah. Pemilihan sampel memang tidak dilakukan secara acak, tetapi berdasarkan pertimbangan yang kuat dari peneliti.<sup>16</sup>

Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebagai pertimbangan efisiensi dan tentunya mengarah pada sentralisasi persoalan dengan memusatkan pada sebagian dari populasi. Penelitian dengan pengambilan sampel yang tepat merupakan langkah awal dari keberhasilan penelitian, karena dengan pemilihan sampel yang dilakukan dengan tidak benar akan menghasilkan temuan-temuan yang kurang memenuhi targetnya.<sup>17</sup>

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti wajib melakukan pengumpulan data dalam kegiatan penelitian. Teknik ini berguna bagi peneliti supaya jelas dalam mendapatkan data yang dikehendaki demi kelangsungan penelitian.<sup>18</sup> Proses pengumpulan data dalam penelitian kualitatif banyak dilakukan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Mengumpulkan sebanyak-banyaknya kumpulan data dalam penelitian menjadi penting, karena nantinya data tersebut digunakan sebagai penguat atau sebagai bukti otentik fisik yang sangat berguna dalam menyusun, mengolah, dan mengkaji penelitian.

---

<sup>15</sup>Eriyanto. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. (Jakarta : Kencana, 2011), 117.

<sup>16</sup>*Ibid.*, 147.

<sup>17</sup>P. Joko Subagyo. *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*. (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004), 29.

<sup>18</sup>Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi*. (Bandung : Alfabeta,2015), 308.

Adapun untuk pelaksanaan penelitian ini, teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah:

1. Observasi

Peneliti akan menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi. Peneliti dalam hal ini akan melakukan suatu pengamatan untuk memperoleh data yang diperlukan. Observasi menjadi penting sebagai penguat secara empiris bahwa suatu peristiwa yang ingin dikaji benar adanya dan tidak ada unsur manipulatif. Inti dari observasi adalah adanya perilaku yang tampak dan adanya tujuan yang ingin dicapai. Teknik observasi yang dilakukan yaitu mengamati secara cermat fisik teks dari pemberitaan media Jawa Pos di website [radarsurabaya.jawapos.com](http://radarsurabaya.jawapos.com) untuk memperoleh data yang sesuai dengan yang dibutuhkan peneliti.

2. Dokumentasi

Peneliti juga menggunakan teknik pengumpulan data dokumentasi. Metode dokumentasi adalah metode yang dilakukan dengan cara mencari dan mempelajari data-data dari catatan-catatan, transkrip, berkas, surat, majalah, surat kabar, dan sebagainya.<sup>19</sup> Biasanya dokumen ini berupa teks baik, tulisan, gambar, dan apapun yang berbentuk objek yang ingin dikaji. Dokumen yang akan dikaji haruslah valid, demi kelangsungan penelitian yang

---

<sup>19</sup>Arikunto Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. (Yogyakarta : Rineka Cipta, 1998), 236.

berdasar pada kredibilitas data yang di kumpulkan peneliti. Dokumen dari penelitian ini berupa teks dari pemberitaan “Penjual Bakso di Terminal Purabaya Beri Bakso Gratis Penghafal Alquran” di media online Jawa Pos.

E. Indikator Penelitian

Penyusunan data dalam penelitian ini memerlukan salah satu cara dengan mengelompokkan beberapa ciri yang membedakan dalam pesan dakwah. Karena didalam penyusunan isi pesan dakwah meliputi tiga bagian yakni pemilahan pesan dakwah akhlak, akidah, dan syariah.

Tabel 3.1  
Indikator Pesan Dakwah

No	Kategori	Sub Kategori
1	Akhlak	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Akhlak terhadap Allah SWT.</li> <li>2. Akhlak terhadap manusia.</li> <li>3. Akhlak terhadap diri sendiri.</li> <li>4. Akhlak terhadap tetangga.</li> <li>5. Akhlak terhadap bukan manusia (Flora dan Fauna).</li> </ol>
2	Akidah	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Iman kepada Allah SWT.</li> <li>2. Iman kepada malaikat.</li> <li>3. Iman kepada kitab.</li> </ol>

		4. Iman kepada rasul. 5. Iman kepada hari kiamat. 6. Iman kepada <i>qadha</i> dan <i>qadhar</i> .
3	Syariah	1. Ibadah thaharah. 2. Shalat. 3. Zakat. 4. Puasa. 5. Haji. 6. Muamalah. 7. Hukum perdata dan pidana.

Penerapan dari indikator variabel tersebut dirumuskan dalam bentuk teknik pengklasifikasian pesan sebagai berikut:

1. Pesan kategori akhlak dibatasi secara operasional dengan semua bentuk penggunaan kata, gambar, ilustrasi dan simbol dan lain-lain yang mengandung anjuran secara eksplisit atau implisit untuk berbuat baik baik terhadap Allah, manusia (sesama), diri sendiri, lingkungan maupun makhluk Tuhan yang lainnya (flora dan fauna).
2. Pesan kategori akidah adalah penggunaan kata, gambar, ilustrasi atau simbol lain dalam pemberitaan media online Jawa Pos yang mengandung anjuran secara eksplisit atau implisit untuk percaya kepada Allah, percaya kepada Malaikat Allah, percaya kepada kitab-kitab Allah, percaya kepada Nabi dan Rosul, percaya kepada Hari



Kiamat, dan percaya kepada *Qadha* dan *Qadhar*.

3. Pesan kategori syariah dibatasi secara operasional dengan semua bentuk penggunaan kata, gambar, ilustrasi, simbol dan lain-lain yang mengandung anjuran secara eksplisit atau implisit untuk beribadah kepada Allah, seperti shalat, zakat, puasa, sedekah, dan haji.

Dengan indikator kategori seperti yang telah dipaparkan diatas, kemudian akan dijadikan pedoman dalam meneliti kata, gambar, ilustrasi, simbol yang terdapat pada pemberitaan media online Jawa Pos.

#### F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih ringkas agar mudah untuk diinterpretasikan. “Proses analisis data pada esensinya usaha untuk menentukan jawaban sehingga menimbulkan suatu kerangka pemahaman yang nantinya akan membantu peneliti memberitahu pembaca terhadap data yang telah atau sedang dikumpulkan sebagai cara peneliti dalam memberikan penjabaran dan interpretasi dari pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah dengan tujuan akhir penarikan kesimpulan.”<sup>20</sup>

Ruang lingkup dalam analisis data kuantitatif dikenal ada dua macam statistik, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial. Pada penelitian kali ini peneliti akan menggunakan statistik

---

<sup>20</sup>Hamidi. *Metode Penelitian Kualitatif, Pendekatan Praktis Penulisan Proposal dan Laporan Penelitian*. (Malang : UMM Press; 2010), 64-65.

deskriptif. Secara definisi Statistik Deskriptif digunakan pada riset deskriptif, yang berupaya menggambarkan gejala atau fenomena dari satu variabel yang diteliti tanpa berupaya menjelaskan hubungan-hubungan yang ada. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan peristiwa, perilaku, atau objek tertentu lainnya. Beberapa jenis teknik yang termasuk kategori statistik deskriptif yang sering digunakan antara lain: tabel (distribusi) frekuensi, tendensi sentral, dan standart deviasi.

Tahap awal dari analisis data adalah mendeskripsikan temuan. Ini menggunakan statistik yang disebut sebagai statistik deskriptif. Karena statistik ini bertujuan mendeskripsikan dan menjabarkan temuan dan data yang didapat dari analisis isi. Hasil analisis isi dapat dideskripsikan dalam bentuk tabel frekuensi.<sup>21</sup> Proses penyajian tersebut sebenarnya tidak hanya disajikan lewat tabel frekuensi, akan tetapi penyajian data hasil analisis isi juga dapat disimpulkan dalam bentuk grafik. Lewat grafik, data dapat disajikan secara lebih menarik dan enak dibaca. Secara umum ada tiga bentuk grafik yang dapat dipilih, yakni diagram batang, diagram garis, dan diagram pastel (lingkaran).<sup>22</sup>

Penggunaan perhitungan statistik dalam penelitian ini, menggunakan distribusi frekuensi. Pada teknik analisis yang terakhir ini, peneliti menggunakan distribusi frekuensi. Distribusi frekuensi merupakan pembagian data ke dalam

---

<sup>21</sup>Eriyanto. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. (Jakarta : Kencana, 2011), 305.

<sup>22</sup>*Ibid.*, 309.

beberapa kelompok dan dinyatakan atau diukur dalam persentase. Dengan cara ini dapat diketahui jumlahnya yaitu ditunjukkan oleh nilai persentase yang tertinggi dan demikian sebaliknya.<sup>23</sup>

Selain itu, kegunaan lain dari distribusi frekuensi adalah membantu peneliti untuk mengetahui bagaimana distribusi frekuensi dari data penelitian. Alat analisis ini digunakan dengan tujuan untuk mengetahui frekuensi masing-masing.<sup>24</sup>

Pada penelitian ini, peneliti akan membuat tabel distribusi frekuensi, yang merupakan suatu tabel yang menunjukkan sebaran atau distribusi data yang kita miliki, yang tersusun atas frekuensi tiap-tiap kelas atau kategori yang telah diterapkan. Frekuensi tiap kelas/ kategori menunjukkan banyaknya pengamatan dalam kelas atau kategori yang bersangkutan.

Pengolahan hasil penelitian dalam penelitian kuantitatif deskriptif, dengan menggunakan statistik deskriptif. Maka pada penelitian ini, teknik statistik yang dipakai menggunakan distribusi frekuensi, yakni digunakan untuk mengetahui bagaimana distribusi frekuensi pada suatu data penelitian.

Alat analisis ini digunakan dengan tujuan untuk mengetahui frekuensi masing-masing. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung frekuensi pesan dakwah yang terkandung dalam pemberitaan media online Jawa Pos, dengan menggunakan rumus:

---

<sup>23</sup>M. Suparmoko. *Metode Penelitian Praktis*. (Yogyakarta : BPFE, 1995), 63.

<sup>24</sup>Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif edisi kedua*. (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2005), 182.

$$P = \frac{fx}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Persentase Frekuensi.

Fx = Frekuensi Kategori Kemunculan Pesan Dakwah.

N = Jumlah Kejadian / Nilai Keseluruhan Hasil Pesan Dakwah.

Tabel distribusi frekuensi secara sederhana menyimpulkan bahwa skala pengukuran yang diperoleh dengan mendaftar atau mengklasifikasikan dari setiap kata, kalimat, dan paragraf dari per-pesan kedalam kolom dari terendah hingga tertinggi atau sebaliknya. Disamping itu, kita tuliskan frekuensi yaitu banyaknya lambang X untuk judul kolom kata, kalimat, dan paragraf di setiap pesan dan F untuk judul frekuensi.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### a. Gambaran Umum Subjek Penelitian

##### 1. Sejarah Jawa Pos

Industri media Jawa Pos merupakan media yang memiliki beberapa produk mulai dari surat kabar harian, tabloid, majalah, televisi, online, koran digital, dan lain sebagainya. Media ini sampai sekarang masih beroperasi dan berpusat di Surabaya, Jawa Timur. Jawa Pos merupakan salah satu perusahaan media yang sudah berumur tua dan masih beroperasi. Menurut Nielsen Consumer & Media View (CMV) media Jawa Pos ini terkenal dengan identitas jumlah cetakan surat kabarnya, yang mampu mencetak dengan oplah terbesar di Indonesia dengan sirkulasi rata-rata mencapai 842.000 per hari.<sup>1</sup> Sirkulasi dari Jawa Pos ini melingkupi atau menyebar di seluruh Jawa Timur, Bali, dan sebagian Jawa Tengah dan D.I. Yogyakarta. Jawa Pos sendiri mengaku sebagai media dengan penyebaran surat kabar terbesar dan sekaligus sebagai media "Harian Nasional yang Terbit dari Surabaya".<sup>2</sup>

The Chung Shen ialah orang pertama yang memperkasai berdirinya perusahaan media Jawa Pos tersebut. Sang inisiator ini menginisiasi Jawa Pos pada 1 Juli 1949 yang dilebeli dengan sebutan "Djawa-Post". Saat itu pekerjaan The Chung Shen hanya sebagai seorang pegawai bioskop di Surabaya

---

<sup>1</sup><https://id.wikipedia.org>. Diakses pada tanggal 16 Maret 2020.

<sup>2</sup><http://m.merdeka.com>. Diakses pada tanggal 16 Maret 2020.

yang tugasnya mengurus terkait iklan bioskop. Berawal dari itu, saking seringnya mengurus iklan bioskop untuk dipasang di surat kabar, lama-lama ia mulai memiliki ketertarikan untuk mendirikan perusahaan surat kabar sendiri. Seiring berjalannya waktu surat kabar tersebut semakin maju dan terus mengalami progresifitas. Sukses dengan bisnis surat kabar Djawa Post-nya, The Chung Shen lalu melebarkan sayap bisnisnya pada produk media massa koran dengan berbahasa Mandarin *Hwa Chiao Sien Wen* dan *Belanda de Vrije Pers*.<sup>3</sup>

Bertahun-tahun ternyata bisnis The Chung Shen di bidang surat kabar tidak berjalan mulus. Pada akhir tahun 1970-an, omzet Jawa Pos terus mengalami kemerosotan yang tajam. Akhirnya pada tahun 1982, oplahnya hanya tinggal 6.800 eksemplar. Koran-korannya pun telah gulung tikar karena beberapa persoalan. Ketika umurnya terus melangkah dan di usianya yang menginjak 80 tahun, The Chung Shen lantas memutuskan untuk menjual bisnis jadiannya Jawa Pos tersebut. Dia merasa tidak kuat dan karena umurnya yang semakin tua sehingga tidak mampu lagi mengurus perusahaannya. Ketiga anaknya pun lebih memilih tinggal di London, Inggris.<sup>4</sup>

Tidak adanya penerus dari The Chung Shen yang mau meneruskan perjuangannya, akhirnya perusahaan tersebut gulung tikar dan dia berniat untuk menjualnya. Tidak lama kemudian, dan masih pada tahun 1982, Eric F.H. Samola, yang waktu itu masih menjabat Direktur Utama PT. Grafiti Pers (penerbit majalah Tempo) mengambil alih perusahaan

---

<sup>3</sup><https://id.wikipedia.org>. Diakses pada tanggal 16 Maret 2020.

<sup>4</sup>*Ibid.*

Jawa Pos. Kepemilikan dan manajemen baru ala Eric membuat Jawa Pos meringkik untuk bangkit kembali dan semakin terlihat bahwa Jawa Pos akan menjadi besar. Saat itu Eric juga mengangkat Dahlan Iskan, yang sebelumnya menjabat sebagai kepala biro Tempo di Surabaya untuk memimpin Jawa Pos. Ketika masa kepemimpinan Dahlan Iskan, Jawa Pos menjadi konslet, waktu itu Jawa Pos hampir mati karena terbit dengan oplah 6.000 eksemplar, dengan usaha yang keras Dahlan Iskan mampu membalikkan keadaan itu kurang lebih dalam kurun waktu 5 tahun. Jawa Pos mampu bangkit dengan usaha keras dan keuletan untuk terus setia kepada konsumen, kebangkitan tersebut terlihat pada percetakan surat kabar yang mencapai oplah 300.000 eksemplar.<sup>5</sup>

Diketahui bahwa dalam pembagian saham Jawa Pos Grup (JPG), dari data hasil review yang dilakukan oleh Far Eastern Economic, pada waktu itu saham sebesar 40% telah dimiliki oleh pemilik perusahaan PT. Grafiti Pers (Keluarganya Eric juga menaruh saham ke JPG, dari 40% tersebut, 16,4% milik keluarga Eric Samola), 40% untuk direksi, dan 20% untuk karyawan. Dahlan Iskan, selain mendapat saham sebagai direksi, ia juga memperoleh saham tersendiri sebesar 2,4%, dari pemberian pribadi Eric Samola.<sup>6</sup>

Jawa Pos meningkatkan penghasilannya setelah keterpurukannya mengelola perusahaan itu di tahun 1982, omzet yang diperoleh Jawa Pos meningkat 20 kali lipat menjadi Rp 10,6 miliar di tahun 1987, dengan oplah 126.000 eksemplar. Tidak hanya stag

---

<sup>5</sup>*Ibid.*

<sup>6</sup>Lintang Citra Christiani, Spasialisasi Grup Media Jawa Pos, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 12, No. 2, 2015, 205.

di situ, perusahaan ini di tahun 1992, dengan dibarengi adanya jaringan berita besar bernama Jawa Pos National Network (JPNN) yang menghubungkan seluruh lini media JPG, omzet JPG meningkat secara drastis. Omzetnya mencapai Rp 38,6 miliar dengan oplah 300.000 eksemplar. Capaian sebanyak itu hanya diperoleh dari omzet koran. Melangkah pada tahun 2010, omzetnya terus berkembang menjadi Rp 2 triliun dan terus berkembang setiap tahunnya. Pendapatan dari iklan pun juga ikut meningkat. Pendapatan tersebut dari tahun ke tahun tidak statis atau merosot akan tetapi semakin progres, tahun 2007 pendapatannya mencapai Rp 201 miliar, tahun 2008 mencapai Rp 287 miliar, tahun 2009 mencapai Rp 338 miliar, dan di tahun 2010 kembali meningkat mencapai Rp 460 miliar. Nielsen mencatat bahwa pendapatan iklan JPG di kuartal pertama 2014 sudah mencapai Rp 26,7 triliun. Iklan yang dihasilkan dari setiap koran lingkup regional dapat mencapai Rp 1-2 juta per-hari dan Rp 60 juta per-bulan. Ditambah jaringan koran yang berada di Jakarta, iklan yang dapat dihasilkan mampu mencapai Rp 200-300 juta.<sup>7</sup>

Jawa Pos dalam hal ini tidak bekerja sendiri, perusahaan ini mengembangkan dalam segi kekuatan korporasi medianya pada beberapa tahap, yaitu mulai dari kelompok dalam internal media di Jawa Pos, ekspansi industri bergerak ke wilayah bagian Indonesia Timur (Sulawesi, NTB, NTT, Bali, sampai Papua). Setelah itu, ekspansi beralih ke pulau seberang yaitu Sumatera dan Kalimantan, sambil tetap melebarkan sayap industri di wilayah utamanya, yaitu Jawa Timur dan Jakarta. JPG melakukan ekspansi dengan mengambil alih koran-koran kecil

---

<sup>7</sup>Nielsen dalam <http://www.agbnielsen.net>. Diakses pada 17 Maret 2020.



yang hampir gulung tikar, melakukan akuisisi, penggabungan (*merger*), dan mendirikan sendiri perusahaan media baru.<sup>8</sup> Tak cukup di lingkup nasional, Jawa Pos Grup juga menggandeng beberapa media luar negeri diantaranya: Los Angeles Times (Amerika Serikat), Chicago Tribune (Amerika Serikat), Baltimore Sun (Amerika Serikat), Orlando Sentinel (Amerika Serikat), The Hartford Courant (Amerika Serikat).<sup>9</sup>

Pada saat terbentuknya Jawa Pos News Network (JPNN) yang mana malah memberikan pendapatan yang besar, salah satu jaringan surat kabar terbesar di Indonesia ini memiliki lebih dari 80 surat kabar, tabloid, dan majalah, serta 40 jaringan percetakan di Indonesia. Selain koran, perluasan korporasi pada lini media tabloid dan majalah juga dilakukan oleh Jawa Pos. Hampir sama dengan media surat kabar lainnya, sistem *merger* dilakukan untuk memperluas jaringan kerja sama pada lini media tabloid dan majalah. Jawa Pos dalam hal ini mengajak kerja sama salah satunya dengan Tabloid Nyata. Jawa Pos melakukan *merger* dengan PT. Dharma Nyata Press dan mengganti nama Dharma Nyata (tabloid politik) menjadi Nyata (tabloid seputar gosip selebriti), meniru pesaingnya, Nova.<sup>10</sup>

Mulai tahun 1997, Jawa Pos beralih operasi ke gedung yang baru berlantai 21 dengan nama Graha Pena, salah satu gedung pencakar langit di Surabaya. Seiring berjalannya waktu pada tahun 2002 pembangunan Graha Pena tidak hanya di Surabaya, tapi di Jakarta juga dibangun gedung Graha Pena.

---

<sup>8</sup>*Op.cit*, 206.

<sup>9</sup><https://id.wikipedia.org>. Diakses pada tanggal 16 Maret 2020.

<sup>10</sup>Taufani B. *Jurus mabuk Dahlan Iskan*. (Yogyakarta : Buku Pintar, 2013), 36.

Kemudian saat ini banyak bermunculan gedung-gedung Graha Pena di hampir semua wilayah di Indonesia. Bertepatan juga pada tahun 2002, Jawa Pos Group membangun pabrik kertas koran yang kedua dengan kapasitas dua kali lebih besar dari pabrik yang pertama. Pabrik kertas itu bernama PT. Adiprima Sura Perinta, yang dalam operasinya mampu memproduksi kertas koran 450 ton/hari. Lokasi pabrik ini berada di Kabupaten Gresik, jika mengendarai mobil untuk pergi ke sana hanya 45 menit dari Surabaya.<sup>11</sup>

Meluasnya perkembangan koran-koran regionalnya, Jawa Pos melakukan *develop* institusi pada kanal yang berbeda. Berawal dari produk media cetak, sekarang merambah ke televisi. Setelah sukses di media cetak yang tersebar di seluruh Indonesia, tahun 2002 Jawa Pos Grup mendirikan stasiun televisi lokal bernama JTV yang berada di wilayah Surabaya, yang kemudian diikuti Batam TV di Batam, Riau TV di Pekanbaru, Fajar TV di Makassar, Palembang TV di Palembang, Parijz van Java TV di Bandung, RCTV di Cirebon Kota Wali.<sup>12</sup>

Awal tahun 2003, Jawa Pos Group semakin progresif dalam menambah omzetnya. Kini JPG merambah bisnis baru dengan proyek bernama Independent Power Plant. Proyek pertama adalah 1x25 MW di Kabupaten Gresik, yakni dekat pabrik kertas. Proyek yang kedua 2x25 MW, berdiri di daerah Kalimantan Timur, yang menggandeng kooperasi dengan perusahaan daerah setempat.

Setelah memperkuat jaringan media cetak dengan terkenalnya identitas Radarnya di beberapa

---

<sup>11</sup><https://id.wikipedia.org>. Diakses pada tanggal 16 Maret 2020.

<sup>12</sup>*Ibid.*

kota, JPG terus mengembangkan bisnis medianya di lingkup media televisi yang persebarannya mengikuti jaringan Radar tiap kota. Televisi yang mereka kembangkan di tiap kota adalah JTV. Dengan kata lain, misalnya, setelah Radar Kediri berkembang bagus, akan muncul JTV Kediri. Menurut data riset pengembangan bisnis Dahlan Iskan<sup>13</sup>, hingga saat ini JTV telah menjadi televisi regional dengan ruang lingkup terbesar di Indonesia. Pada bisnisnya di media televisi, keseluruhan saham tersebut dimiliki oleh Jawa Pos dan mendirikan sendiri media tersebut. Pada tahun 2008, Jawa Pos Group menambah stasiun televisi baru yang bernama Mahkamah Konstitusi Televisi (MKTV) dengan berkantor di Gedung Mahkamah Konstitusi Jakarta.<sup>14</sup>

Pada tahun berikutnya di 2009, Jawa Pos Group merambah data center baru bernama Fangbian Iskan Corporindo (FIC) yang beroperasi di Gedung Graha Pena, Surabaya<sup>15</sup>. Kini, Jawa Pos hadir dengan stasiun televisi Jawa Pos TV dan acara utamanya Nusantara Kini yang di sebagian akhir acaranya mengundang Redaktur Harian Jawa Pos untuk memberikan informasi yang akan ditampilkan di Koran Jawa Pos. Selain media mainstream, Jawa Pos Grup meluncurkan versi online, yaitu JawaPos.com. Semakin meluasnya penggunaan Internet di Indonesia, pada 2017, Jawa Pos telah mempersembahkan *The New and Improved JawaPos.com. Flawless and clean design*, dengan menyajikan pengalaman membaca kelas dunia.

---

<sup>13</sup>Lintang Citra Christiani, Spasialisasi Grup Media Jawa Pos, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 12, No. 2 2015, 207.

<sup>14</sup>[Http://m.merdeka.com](http://m.merdeka.com). Diakses pada tanggal 16 Maret 2020.

<sup>15</sup>*Ibid.*

JawaPos.com merupakan bagian dari Jawa Pos Grup, yang di dalamnya menyajikan beberapa kategori dan rubrikasi berita yang beragam, berisi artikel-artikel, berita cerdas dan mendalam. Saat ini lebih dari 200 media naungan Jawa Pos Grup tersebar di seluruh Indonesia, dari Sabang sampai Merauke, Jawa Pos Grup berhasil dan terus berusaha menjadi penyedia informasi terlengkap, terdepan, dan terpercaya di Tanah Air.<sup>16</sup>

Perkembangannya yang relatif singkat, pada 2016 JawaPos.com mampu menyediakan beragam fitur online dalam format multi-media (teks, foto, dan video) dan multi-platform (website, mobile site, dan mobile app).<sup>17</sup> Setiap daerah yang memiliki kerja sama dengan JawaPos.com ini memiliki website yang berbeda-beda. Seperti koran memiliki radarnya masing-masing, begitu juga media onlinenya. Meski begitu, itu semua masih jangkauan dari Jawa Pos Group. Radar media online Jawa Pos ini meliputi: Bali Express, Radar Bali, Radar Banyuwangi, Radar Bojonegoro, Radar Bromo, Radar Jember, Radar Jogja, Radar Jombang, Radar Kediri, Radar Kudus, Radar Madiun, Radar Madura, Radar Malang, Radar Mojokerto, Radar Semarang, Radar Solo, Radar Surabaya, dan Radar Tulungagung.

Radar Surabaya telah berdiri sejak dahulu, tepatnya pada Sabtu, 24 Februari 2001. Radar Surabaya ini awalnya adalah sebuah industri media yang termasuk jenis media cetak atau surat kabar. Radar Surabaya merupakan surat kabar harian pagi yang terbit di Surabaya. Sirkulasi pemberitaan Jawa

---

<sup>16</sup>[Http://www.jawapos.com](http://www.jawapos.com). Diakses pada 24 Januari 2020.

<sup>17</sup>*Ibid.*

Pos hanya terbatas regional yang mencakup Surabaya dan sekitarnya (Sidoarjo dan Gresik). Awalnya Radar Surabaya dikenal sebagai harian Suara Indonesia. Perkembangan Radar Surabaya dalam prosesnya terus berusaha untuk berbenah diri. Industri media ini terus melakukan progres baik dari segi kualitas maupun kuantitas, untuk mempertahankan keeksisn medianya. Mereka terus berinovasi, kreatif, mengembangkan kualitas, serta kuantitas berita yang terus diperbaharui, termasuk sumber daya manusianya. Salah satu upaya yang terus dilakukan adalah penyajian berita yang lebih difokuskan pada peristiwa dan informasi lokal yang ada di Surabaya dan sekitarnya. Pun media ini tidak statis tapi semakin progresif dengan merambah pada penyajian berita dalam jaringan atau daring yang terkenal dengan nama website Radarsurabaya.jawapos.com.<sup>18</sup>

Peneliti telah mengeksplikasikan salah satu media dari anak turun Jawa Pos Group yang sekaligus menjadi objek penelitian peneliti yaitu Pemberitaan terkait “Penjual Bakso di Terminal Purabaya Beri Bakso Gratis Penghafal Alquran”, yang mana dalam pemberitaan itu masuk dalam Radar Surabaya dengan terkhusus lagi Radar Sidoarjo.

Selain itu Jawa Pos juga telah berhasil meraih beberapa penghargaan, di antaranya Indonesia Best Brand (2007), Superbrands Indonesia's Chioce (2010-2011), Greates Brand People's Choice (2010), Indonesian Most Favorite Brand (2011), Women

---

<sup>18</sup>Shella Febryani C.P. “Desain Layout Pada Surat Kabar Radar Surabaya Sebagai Upaya Menarik Minat Pembaca”, *Kerja Praktek*, Jurusan Desain Komunikasi Visual Sekolah Tinggi Manajemen Informatika & Teknik Komputer Surabaya, 2012, 30-31.

Brand (2011), Best Design in Asian Media Awards (2012), World Young Reader Newspaper of the Year (2011) dan beberapa penghargaan lainnya.<sup>19</sup>

CEO grup Jawa Pos atau Jawa Pos News Network (JPNN) mulai dari tahun 2011 telah dipegang Azrul Ananda, yang mana anak dari Dahlan Iskan sendiri. Selain itu, Azrul juga menduduki kursi presiden dari Persatuan Sepak Bola Surabaya (Persebaya) pada tahun 2017.

Peneliti sedikit memaparkan beberapa produk Jawa Pos Grup di luar surat kabar yang berjumlah sekitar 80 di setiap daerah. Berikut diantaranya:<sup>20</sup>

Tabel 4.1  
Produk Jawa Pos

<b>Tabloid</b>	Tabloid Komputek, Tabloid Nyata, Tabloid Posmo, Tabloid Cantiq, Tabloid Bunda, Tabloid Koki, Tabloid Tunas, Tabloid Modis, Tabloid Hikmah, Tabloid Ototrend, Tabloid Nurani, Tabloid Suksesi, Tabloid Dhara Pos.
<b>Majalah</b>	Majalah Mentari (Surabaya), Majalah Liberty (Surabaya).
<b>Stasiun Televisi</b>	Jawa Pos TV, JTV, SBO TV, Jambi TV, Jek TV, Bungo TV, Padang TV, Triarga TV, Batam TV, Karimun TV, Riau TV, Rohil TV, Rohul TV, RB TV, PAL TV, TVTPI, Radar TV,

<sup>19</sup>[Http://m.merdeka.com](http://m.merdeka.com). Diakses pada tanggal 16 Maret 2020.

<sup>20</sup>[Https://id.wikipedia.org](https://id.wikipedia.org). Diakses pada tanggal 16 Maret 2020.

	Lampung, Baraya TV, PJTV, RCTV, Citra TV, Radar TV Tasikmalaya, Fajar TV, Nirwana TV, Lombok Post TV, Balikpapan TV, STV, PonTV, Simpang5 TV, Kawanua TV, Radar TV Palu, GPTV, BE TV, Subi TV, TV Sultra, Pare TV, Magelang TV, Purworejo TV, Bengkalis TV, Medan TV, Dumai TV, Karimun TV, Timor TV, Inhil TV.
<b>Stasiun Televisi Berjaringan</b>	Jawa Pos Multimedia.
<b>Stasiun Radio</b>	Sumeks Radio, KPFM, Kalteng Pos FM, Fajar FM.
<b>Media Online</b>	JawaPos.com, Jawa Pos Fit, Jawa Pos Cycling, Jawa Pos Culinary, Jawa Pos National Network, RadarSemarang.com, Prokal.co, Hargo.co.id, AntarKeMana.com, Jawa Pos Digital Edition.
<b>Percetakan</b>	Temprina, Medan Graindo, Padang Graindo, Riau Graindo, Bintana Batam Press, Percetakan Bengkulu, Lampung Intermedia, Wahana Java Intermedia, Percetakan Bogor, Manado Persada Madani, Percetakan Malut, Rakyat Sulsel Intermedia, Percetakan Ambon, Fajar Makassar Grafika, Ujung Pandang Ekspres, Timor Ekspres, Grafika Fajar,

	Percetakan Pare Pos, Jambi Press Intermedia, Manuntung Press, Kalteng Media Grafika, Percetakan Sorong, Percetakan Cepos, Percetakan Timika, Akcaya Pariawara Pontianak, Suara Nusa Niaga Nusantara Lombok.
<b>Kertas dan Pulp</b>	Adiprima Suraprinta.
<b>Telekomunikasi</b>	Fangbian Iskan Corporindo.
<b>Properti</b>	Graha Pena, Graha Pena Makassar, Gedung Biru Kalteng Pos, Gedung Biru Kaltim Post.

## 2. Struktur Redaksi Jawa Pos.

Jawa Pos dalam hal ini memiliki struktur keredaksian yang berbeda-beda, karena telah disesuaikan dengan regional penyebarannya. Peneliti hanya memilih yang menjadi fokus penelitian peneliti, yaitu berdasarkan objek penelitian. Peneliti menggunakan objek pemberitaan dari media online Radar Surabaya, maka peneliti memaparkan struktur redaksi dari Jawa Pos Radar Surabaya. Radar ini melingkupi Radar Surabaya, Sidoarjo, dan Gresik, diantaranya:<sup>21</sup>

### **Radar Surabaya**

Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab: Nofilawati Anisa.

Wakil Pemimpin Redaksi: Jaini.

<sup>21</sup>[Http://www.radarsurabaya.jawapos.com](http://www.radarsurabaya.jawapos.com). Diakses pada 19 Maret 2020.



Redaktur Pelaksana: Wijayanto, Hendarmono Al Sidarto.

Redaktur: Rahmat Adhy Kurniawan, Ahmad Syaiku, Eko Yudiono.

Asisten Redaktur: Rochman Arief.

Sekretaris Redaksi: Ayu Diah Pratiwi.

Staf Redaksi Surabaya: Lainin Nadziroh, Wahyu Setya Darmawan, Rudianto, Shandy Nurhartanto, Umi Hani Akasah, Nurista Purnamasari.

Fotografer: Abdullah Munir, Andy Satria, Ahmad Khusaini.

Direktur: Lilik Widyantoro.

### **Radar Sidoarjo**

Penanggung Jawab: Aries Wahyudianto.

Pemimpin Redaksi: Annisa Firdausi.

Redaktur: Vega Dwi Arista.

Staf Redaksi: Hendrik Muchlison, Rizky Putri Pratimi, Lukman Alfarisi.

Grafis: Jujuk Suwandono.

Layouter: Anang Yulianto, Sapto Hadi.

Direktur: Lilik Widyantoro.

### **Radar Gresik**

Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab: Aries Wahyudianto.

Redaktur: Ratno Dwi Santo, F Ainur Rofiq.

Staf Redaksi Gresik: Muhammad Firman Syah, MK Rosyid, Salman Muhidin, Esti Septiani.

Copy Editor: Gigin Winda Wirasari.

Fotografer: Yudhi Dwi Anggoro.

Direktur: Lilik Widyantoro.

### 3. Macam Rubrikasi pada Jawa Pos

Rubrik merupakan salah satu bagian terpenting yang terdapat di dalam kategori penyajian karena rubrikasi dapat menjadi penanda pada surat kabar, media online, dan sebagainya. Rubrik menjadi penting karena berisi informasi khusus sehingga pembaca lebih mudah mengenalinya dan berlangganan untuk membacanya.

Media online Jawa Pos Radar Surabaya ini memiliki macam rubrikasi sebagai berikut:

#### **News**

Rubrikasi ini memuat pemberitaan secara global diurutkan dengan waktu penayangan yang terbaru. Penyajian berita di rubrik ini tidak dibedakan menurut daerah.

#### **Berita Daerah**

Rubrikasi ini memuat pemberitaan yang diklasifikasikan menjadi tiga regional, diantaranya: daerah Surabaya, Sidoarjo, dan Gresik. Konsumen media Radar Surabaya dalam hal ini dapat memilih kategori yang hendak dicari.

#### **Events**

Rubrikasi ini memuat pemberitaan terkait kegiatan-kegiatan yang diadakan dalam ruang lingkup Surabaya, Sidoarjo, dan Gresik. Kegiatan tersebut lingkungannya sangat global, baik tentang hobi, komunitas, dan lain sebagainya.

#### **Hukum & Kriminal**

Rubrikasi ini memuat pemberitaan tentang kasus-kasus yang masuk ke ranah hukum dan perbuatan kriminal yang terjadi di ruang lingkup Surabaya, Sidoarjo, dan Gresik.

## **Ekonomi**

Rubrikasi ini memuat pemberitaan terkait laju perekonomian Indonesia, UMKM, kebijakan pemerintah terkait regulasi perekonomian, dan lain sebagainya.

## **Politik**

Rubrikasi ini memuat pemberitaan isu-isu politik yang sedang terjadi. Dinamika politik dari tingkat daerah, kota, sampai antar provinsi disajikan dalam rubrik ini.

## **Sportainment**

Rubrikasi ini memuat pemberitaan seputar dunia olahraga dari ruang lingkup daerah Surabaya, Sidoarjo, dan Gresik. Penyajian ini tidak hanya raihan prestasi, akan tetapi bersifat global. Mulai dari persiapan suatu tim, regulasi, dan lain sebagainya.

## **Features**

Rubrikasi ini memuat pemberitaan untuk menonjolkan sisi humanistik dari seseorang. Lebih ke pendekatan secara kemanusiaan. Rubrik ini di dalamnya terdiri dari kategori Iso ae, Kota Lama, Features Surabaya, Sidoarjo, dan Gresik.

## **Persona**

Rubrikasi ini memuat pemberitaan dari personal seseorang yang memiliki kelebihan atau telah meraih prestasi atau memberikan motivasi kepada pembaca.

## **Lifestyle**

Rubrikasi ini memuat pemberitaan tentang gaya hidup. Kegiatan yang berkenaan gaya hidup bakal diposting dalam rubrik ini. Baik terkait regulasi, trik and tips, edukasi soal gaya hidup, dan lain sebagainya.

## Galeri

Rubrikasi ini memuat pemberitaan dalam format foto dan video. Pemberitaan dalam rubrik ini bersifat global, dalam hal ini foto dan video dapat berupa pemberitaan kriminal, politik, olahraga, dan lain sebagainya. Jadi rubrik ini lebih menekankan pengambilan gambar yang menarik alias dalam format dokumentasi.

Peneliti dalam hal ini hanya memilih satu rubrikasi yang sesuai dengan objek penelitian peneliti. Pemberitaan “Penjual Bakso di Terminal Purabaya Beri Bakso Gratis Penghafal Alquran” yang diangka peneliti termasuk dalam rubrikasi Features yang terkhusus lagi ke dalam Features Sidoarjo.

### 4. Visi dan Misi Jawa Pos

#### Visi:

- Menjadi perusahaan media cetak maupun online dunia yang dihormati disegani dan patut dicontoh.

#### Misi:

- Meningkatkan kesejahteraan bangsa melalui pemuasan pelanggan dan mencerdaskan bangsa dengan adanya informasi yang aktual.
- Menjadi bagian penting dalam mendukung perkembangan nasional melalui media.

## 5. Profil Jawa Pos Radar Surabaya



Gambar 4.1  
Logo Radar Surabaya

Alamat Kantor Redaksi:  
PT. Radar Media Surabaya  
Jalan Kembang Jepun Nomor. 167-169  
Kelurahan Nyamplungan, Kecamatan Pabean  
Cantikan  
Kota Surabaya 60161  
Provinsi Jawa Timur, Indonesia  
Telepon Pemasaran: (031) 3559494, 085749649453.

Slogan dan Motto:  
Untuk Surabaya dan Jatim yang Lebih Progresif.

### b. Penyajian Data

**PENJUAL BAKSO DI TERMINAL PURABAYA BERI  
BAKSO GRATIS PENGHAFAL ALQURAN**

28 Juni 2019, 17: 59: 20 WIB | editor : Wijayanto



Gambar 4.2  
Foto dalam Pemberitaan

**TAK TAKUT RUGI : Saiful Bakhri saat menunjukkan gerobak bakso dagangannya. (ISTIMEWA)**

Ada banyak cara bisa dilakukan untuk berbuat baik. Salah satunya, dengan memberi makanan gratis. Hal itu lah yang dilakukan oleh salah seorang penjual bakso, Saiful Bakhri. Bedanya, dia akan memberikan baksonya secara gratis, kepada penghafal Alquran dan yatim piatu.

**LUKMAN AL FARISI-Wartawan Radar Sidoarjo**

Ada yang berbeda di sisi utara masjid Al Ikhlas persisnya di pintu keluar bus antar kota di Terminal Purabaya, Bungurasih. Puluhan orang terlihat menunggu antrean panjang yang mengarah ke salah satu gerobak bakso. Gerobak tersebut nampak tertulis bakso lontong Rp 5 ribu. Yang buat menarik, ada tulisan lagi “Hafal Alquran dan yatim piatu gratis sepuasnya”. “Saya memang punya niat untuk menggratiskan bagi penghafal Alquran dan anak yatim,” kata penjual bakso, Saiful Bakhri.

Pria yang juga guru ngaji itu mengaku, mulai berjualan bakso sejak tahun lalu. Semenjak itu pula, Saiful memiliki niat untuk menggratiskan dagangannya. Terutama bagi penghafal Alquran dan anak yatim piatu. Baginya, hal itu merupakan bentuk penghargaan bagi penghafal kitab suci Islam tersebut.

Untuk melihat apakah konsumennya benar-benar hafal Alquran, pembeli harus dites dahulu. Mereka diminta untuk membacakan beberapa surat dan ayat secara acak. Tujuannya, memastikan bahwa orang tersebut benar-benar hafal. “Kalau dites benar, maka dapat bakso gratis,” kata pria asal Gresik itu.

Siapa sangka, Saiful merupakan alumnus salah satu pesantren di Kudus Jawa Tengah. Saiful menyebutkan, ada lima kategori bagi pembeli agar mendapatkan bakso gratis. Di antaranya, pembeli akan diberi dua porsi bakso gratis, jika diketahui menghafal 1-10 juz Alquran.

Bahkan, jika ada pembeli yang hafal 30 juz kemudian berstatus yatim, maka dapat menikmati bakso racikannya itu sepuasnya. Tak hanya itu, bagi anak kecil yang juga dapat menghafal satu surat pendek, maka Saiful akan memberikannya satu pentol. “Kita kasih 10 pentol lebih nanti,” terangnya.

Namun begitu, Saiful mengaku tak takut rugi, walaupun dagangannya habis karena di makan penghafal Alquran dan yatim piatu. Sebab menurut Saiful, semua telah ada yang mengatur. Bahkan kini, dia berhasil membuka cabang lagi. “Bagi saya ini adalah berkah,” pungkasnya. (\*vga)

**c. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data)**

**1. Kategorisasi Pesan Dakwah**

Setelah menyajikan data yang akan dianalisis diatas, selanjutnya adalah peneliti melakukan tahap pengelompokkan pesan-pesan dakwah berdasarkan kriteria yang sudah dijabarkan di BAB II. Berikut penyajian data yang telah peneliti kategorisasikan sebagai berikut:

Tabel 4.2  
Kategori Pesan Dakwah

No	Pesan Dakwah	Kategori	Paragraf
1.	Bedanya, dia akan memberikan baksonya secara gratis, kepada penghafal Alquran dan yatim piatu.	Akhlak.	Lead berita.
2.	“Saya memang punya niat untuk menggratiskan bagi penghafal Alquran dan anak yatim,” kata penjual bakso, Saiful Bakhri.	Akhlak.	Paragraf 1.
3.	Pria yang juga guru ngaji itu mengaku, mulai berjualan bakso sejak tahun lalu.	Syariah.	Paragraf 2.
4.	Semenjak itu pula, Saiful memiliki niat untuk menggratiskan dagangannya.	Akhlak.	Paragraf 2.
5.	Baginya, hal itu merupakan bentuk penghargaan bagi penghafal kitab suci Islam tersebut.	Akhlak.	Paragraf 2.
6.	“Kalau dites benar, maka dapat bakso gratis,” kata pria asal Gresik itu.	Akhlak.	Paragraf 3.



7.	Siapa sangka, Saiful merupakan alumnus salah satu pesantren di Kudus Jawa Tengah.	Syariah.	Paragraf 4.
8.	Di antaranya, pembeli akan diberi dua porsi bakso gratis, jika diketahui menghafal 1-10 juz Alquran.	Akhlak.	Paragraf 4.
9.	Bahkan, jika ada pembeli yang hafal 30 juz kemudian berstatus yatim, maka dapat menikmati bakso racikannya itu sepuasnya.	Akidah.	Paragraf 5.
10.	Tak hanya itu, bagi anak kecil yang juga dapat menghafal satu surat pendek, maka Saiful akan memberikannya satu pentol.	Akhlak.	Paragraf 5
11.	Namun begitu, Saiful mengaku tak takut rugi, walaupun dagangannya habis karena di makan penghafal Alquran dan yatim piatu.	Akidah.	Paragraf 6.
12.	Sebab menurut Saiful, semua telah ada yang mengatur.	Akidah.	Paragraf 6.

Secara keseluruhan data yang diperoleh dari penyajian data adalah sebagai berikut:

Jumlah total masing-masing pesan dakwah.

Tabel 4.3  
Jumlah total Masing-Masing Pesan Dakwah

<b>Pemberitaan Jawa Pos "Penjual Bakso di Terminal Purabaya Beri Bakso Gratis Penghafal Alquran"</b>	<b>Akidah</b>	<b>Akhlak</b>	<b>Syariah</b>
Lead	-	1	-
Paragraf 1	-	1	-
Paragraf 2	-	2	1
Paragraf 3	-	1	-
Paragraf 4	-	1	1
Paragraf 5	1	1	-
Paragraf 6	2	-	-
<b>Jumlah</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>2</b>

Setelah melakukan pengklasifikasian terhadap pemberitaan media online Jawa Pos dengan judul "Penjual Bakso di Terminal Purabaya Beri Bakso Gratis Bagi Penghafal Alquran" pada 28 Juni 2019. Maka dapat diketahui jumlah-jumlah pesan dakwah pada pemberitaan media online Jawa Pos.

## 2. Distribusi Frekuensi

Dari data kategorisasi pesan dakwah yang didapat diatas, terdapat beberapa pesan dakwah yang kemudian akan di distribusikan dengan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{fx}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Persentase Frekuensi

Fx = Frekuensi Kategori Muncul

N = Jumlah Kejadian/Nilai Keseluruhan

Hasil dari persentase pesan dakwah yang telah digolongkan menurut pesan aqidah, akhlak, dan syariah dan yang telah dihitung sesuai rumus frekuensi:

- a. Perhitungan kategori pesan akidah  $P = \frac{3}{12}$   
 $\times 100\% = 25\%$
- b. Perhitungan kategori pesan akhlak  $P = \frac{7}{12}$   
 $\times 100\% = 58,3\%$
- c. Perhitungan kategori pesan syariah  $P = \frac{2}{12}$   
 $\times 100\% = 16,7\%$

### Frekuensi dan persentase pesan dakwah

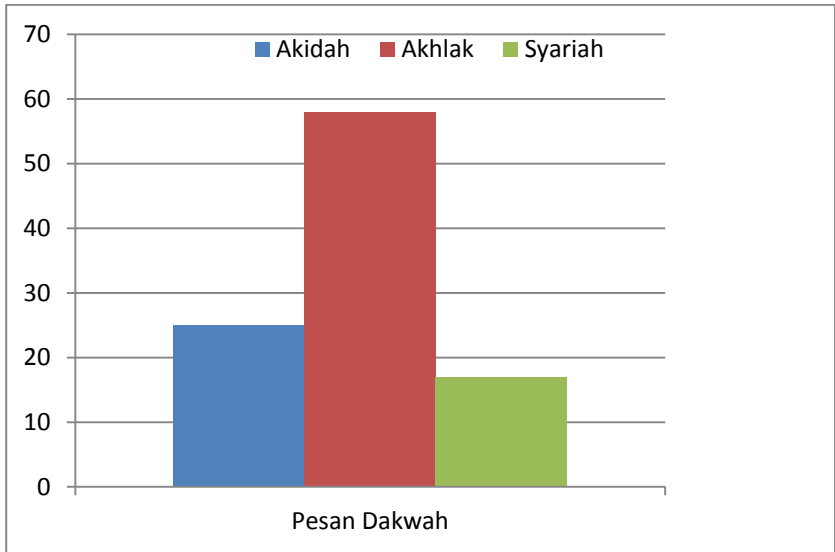
Tabel 4.4  
 Frekuensi dan Persentase Pesan Dakwah

Kategori	Frekuensi	Persentase
Akidah	3	25%
Akhlak	7	58,3%
Syariah	2	16,7%
<b>Jumlah</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan daftar distribusi frekuensi pada tabel diatas, terdapat beberapa pesan dakwah yang terkandung dalam pemberitaan media online Jawa Pos “Penjual Bakso di Terminal Purabaya Beri Bakso Gratis Penghafal Alquran”. Tabel tersebut menampilkan bahwa dengan kategori pesan akidah ada sekitar 25%, untuk pesan akhlak sekitar 58,3%, sedangkan pesan syariah sebanyak 16,7%. Demikian kategori pesan dakwah yang termaktub di dalam

pemberitaan media online Jawa Pos “Penjual Bakso di Terminal Purabaya Beri Bakso Gratis Penghafal Alquran yang dilayangkan pada 28 Jun 2019.

### Diagram Frekuensi



Gambar 4.3  
Diagram Frekuensi Pesan Dakwah

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui pada penelitian ini bahwa kategori pesan dakwah akidah berjumlah 3. Pesan dakwah dengan kategori akhlak berjumlah 7, dan pesan dakwah kategori syariah berjumlah 2. Pesan dakwah yang terdapat dalam pemberitaan media online Jawa Pos “Penjual Bakso di Terminal Purabaya Beri Bakso Gratis Penghafal Alquran” yang termasuk dalam kategori pesan dakwah akidah sebagai berikut:

1. *Bahkan, jika ada pembeli yang hafal 30 juz kemudian berstatus yatim, maka dapat menikmati bakso racikannya itu sepenuhnya.* Pewarta atau wartawan yang menulis wacana dengan representasi di lapangan ini telah memberikan pengertian, setiap orang harus bisa mencontoh tukang penjual bakso tersebut. Perihal yang dimaksud yaitu mencontoh dalam hal menyantuni anak yatim. Karena Islam sendiri sangat memuliakan anak yatim, hal ini terlihat di dalam Alquran terdapat 22 ayat yang mengatakan tentang anak yatim. Salah satu contoh dalam QS. Al-Baqarah: 220:

فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ ۖ وَيَسْأَلُونَكَ عَنِ الْيَتَامَىٰ ۖ قُلْ  
إِصْلَاحُهُمْ خَيْرٌ وَإِنْ تُخَالِطُوهُمْ فَإِحْوَانُكُمْ ۗ وَاللَّهُ  
يَعْلَمُ الْمُفْسِدَ مِنَ الْمُصْلِحِ ۚ وَلَوْ شَاءَ اللَّهُ لَأَعْتَبْتُمْ  
إِنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَكِيمٌ

“Tentang dunia dan akhirat. dan mereka bertanya kepadamu tentang anak yatim, katakalah: "Mengurus urusan mereka secara patut adalah baik, dan jika kamu bergaul dengan mereka, Maka mereka adalah saudaramu; dan Allah mengetahui siapa yang membuat kerusakan dari yang mengadakan perbaikan. dan Jikalau Allah menghendaki, niscaya dia dapat mendatangkan kesulitan kepadamu.

Sesungguhnya Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana”. (QS. Al-Baqarah: 220).<sup>22</sup>

Wartawan dalam hal ini telah memaparkan representasi dari penjual bakso untuk menjalankan akidah Islam, yaitu percaya terhadap kitab-kitab Allah. Umat muslim wajib mengimani hal tersebut, karena di dalamnya berisi tentang perintah, larangan, ancaman, peringatan yang dikehendaki oleh Allah SWT. Dan wartawan menampilkan realita si penjual bakso sebagai salah satu contoh orang yang mampu menjalankan perintah Allah SWT. Karena Allah telah banyak berfirman terkait fadilat dari sedekah salah satunya mendapatkan pahala dan keutamaan 700 kebaikan serta diberikan kemudahan dan jalan keluar oleh Allah.

2. *Namun begitu, Saiful mengaku tak takut rugi, walaupun dagangannya habis karena di makan penghafal Alquran dan yatim piatu.*

Wacana ini secara eksplisit telah terfokus pada persoalan keimanan Qada' dan Qadar Allah SWT dan menjalankan keterangan dalam kitab Alquran. Wartawan menjelaskan dari segi kemanusiaan atau keterlibatan teologi Islam yang akan menjaga rezeki orang yang mau bersedekah, apalagi mau menyantuni anak yatim. Seperti dalam QS. Al-Baqarah: 245:

---

<sup>22</sup>Kementerian Agama RI. Alquran dan Terjemah New Cordova. (Bandung : Syaamil Quran, 2012), 35.

مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيَضَعِفَهُ  
 لَهُ أَضْعَافًا كَثِيرَةً ۗ وَاللَّهُ يَقْبِضُ وَيَبْصُطُ وَإِلَيْهِ  
 تُرْجَعُونَ ﴿٢٤٥﴾

“Siapakah yang mau memberi pinjaman kepada Allah, pinjaman yang baik (menafkahkan hartanya di jalan Allah), Maka Allah akan meperlipat gandakan pembayaran kepadanya dengan lipat ganda yang banyak. dan Allah menyempitkan dan melapangkan (rezki) dan kepada-Nya-lah kamu dikembalikan”. (QS. Al-Baqarah: 245).<sup>23</sup>

Wartawan cerdas mengambil dari sudut pandang kepatuhan atau ketaatan dari si penjual bakso dalam menerapkan ajaran-ajaran akidah ke-Islaman yaitu tentang bersedekah, bahwa Allah tidak akan membuat manusia rugi ketika menyedekahkan sebagian harta bendanya, apalagi menginfakkan kepada anak yatim. Seperti yang dikatakan Achmad Sunarto bahwa orang sedekah mampu menjadikan harta berkah dan berkembang. Sebab Allah telah berfirman dalam QS. Saba' : 39.

<sup>23</sup>Kementerian Agama RI. Alquran dan Terjemah New Cordova. (Bandung : Syaamil Quran, 2012), 39.

قُلْ إِنَّ رَبِّي يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَن يَشَاءُ مِنْ عِبَادِهِ  
وَيَقْدِرُ لَهُ ۖ وَمَا أَنْفَقْتُمْ مِنْ شَيْءٍ فَهُوَ يُخْلِفُهُ ۖ وَهُوَ

حَيْرُ الرِّزْقِينَ ﴿٣٩﴾

“Katakanlah: "Sesungguhnya Tuhanku melapangkan rezki bagi siapa yang dikehendaki-Nya di antara hamba-hamba-Nya dan menyempitkan bagi (siapa yang dikehendaki-Nya)". dan barang apa saja yang kamu nafkahkan, Maka Allah akan menggantinya dan Dia-lah pemberi rezki yang sebaik-baiknya”. (QS. Saba’ : 39).<sup>24</sup>

3. *Sebab menurut Saiful, semua telah ada yang mengatur. Bahkan kini, dia berhasil membuka cabang lagi. “Bagi saya ini adalah berkah,” pungkasnya*

Demikian wacana penguat dari kalimat sebelumnya yang menjelaskan bahwa Allah akan menambah rezeki atau nikmat bagi orang yang bersedekah. Wartawan menampilkan contoh dari kepercayaan umat muslim kepada Qada’ dan Qadar Sang Khalik Allah SWT. Niat baik penjual bakso untuk bersedekah ke penghafal Alquran dan anak yatim ini diambil dari sisi humanistiknya oleh wartawan Jawa Pos. Akhir paragraf ini, serasa seperti memberikan contoh yang signifikan dari orang yang melakukan sedekah atau infak.

---

<sup>24</sup>Kementerian Agama RI. Alquran dan Terjemah New Cordova. (Bandung : Syaamil Quran, 2012), 432.



عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: مَا تَقَصَّتْ صَدَقَةٌ مِنْ مَالٍ، وَمَا زَادَ اللَّهُ عَبْدًا بِعَفْوٍ إِلَّا عِزًّا، وَمَا تَوَاضَعَ أَحَدٌ لِلَّهِ إِلَّا رَفَعَهُ اللَّهُ. رواه مسلم وغيره

“Dari Abu Hurairah radhiallahu ‘anhu, bahwa Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, “Tidaklah sedekah itu mengurangi harta, dan tidaklah Allah menambah bagi seorang hamba dengan pemberian maafnya (kepada saudaranya,) kecuali kemuliaan (di dunia dan akhirat), serta tidaklah seseorang merendahkan diri karena Allah kecuali Dia akan meninggikan (derajat)nya (di dunia dan akhirat)”. (HR. Muslim, no. 2588 dan imam-imam lainnya). Banyak sekali fadilat dari sedekah baik untuk dalam diri sendiri atau orang lain. Salah satu contoh seperti yang diungkapkan Ibrahim bahwa Allah akan melipatgandakan pahala orang yang bersedekah, sedekah dapat menolak kematian yang buruk, sedekah dapat melindungi/menaunginya di hari kiamat, dan mendekatkan diri kepada Allah.

Pesan dakwah yang terdapat dalam pemberitaan media online Jawa Pos “Penjual Bakso di Terminal Purabaya Beri Bakso Gratis Penghafal Alquran” yang termasuk dalam kategori pesan dakwah akhlak sebagai berikut:

1. *Bedanya, dia akan memberikan baksonya secara gratis, kepada penghafal Alquran dan yatim piatu.*

Islam telah mengajarkan untuk senantiasa berperilaku baik dan terus menebarkan kebajikan kepada setiap orang. Salah satu contohnya adalah dengan bersedekah kepada orang lain. Hal itu lah yang menjadi primordial dari penjual bakso Saiful Bakhri yang telah ditulis oleh wartawan Jawa Pos dalam pemberitaannya di kategori features ini.

Pada awal berita tepatnya dalam lead berita telah dinarasikan bahwa Saiful ini mengedepankan atau menjalankan akhlak kepada Allah dan sesama manusia. Wartawan mampu menonjolkan sisi perilaku Saiful untuk bersedekah kepada anak yatim dan penghafal Alquran. Karena pesan ini termasuk dalam macam kategori sedekah materi yang dilakukan secara terang-terangan (*jahr*). Materi sedekah tersebut merupakan harta duniawi.

2. *“Saya memang punya niat untuk menggratiskan bagi penghafal Alquran dan anak yatim,” kata penjual bakso, Saiful Bakhri.*

Pemberitaan Jawa Pos dengan kategori features ini menyajikan wacana yang lengkap. Sebelum memulai masuk ke inti persoalan, wartawan mampu menyajikan sisi pesan dakwah kategori akhlak bertema sedekah. Saiful berjualan di sana bukan

hanya mencari untung lewat penjualan bakso itu, ia juga memberikan sedekah bagi penghafal Alquran dan anak yatim piatu. Kisah penjual bakso yang diangkat wartawan Jawa Pos ini memang tidak biasa orang lain lakukan, bahkan ia telah mempunyai niat untuk menggratiskan dagangan baksonya itu kepada yatim piatu dan penghafal Alquran. Apa yang telah dilakukan Saiful ini karena manifestasi dari niatnya dan bukan tanpa paksaan atau ingin mendapat pujian dari orang lain.

Dari pemberitaan yang diangkat ini memberikan kita cerminan bahwa seorang penjual bakso yang digolongkan strata ekonomi menengah ke bawah mampu menegakkan syariah Islam yang baik yaitu mampu bersedekah kepada penghafal Alquran dan anak yatim piatu walaupun dengan penghasilan tiap mangkok Rp 5 ribu. Saiful yang menerapkan esensi sedekah dengan tujuan taqarrub yaitu melaksanakan ketaatan kepada Allah dengan menjalankan kewajiban-kewajiban yang telah ditetapkan oleh Allah SWT. Cerminan dari realita ini menunjukkan bahwa Saiful telah melaksanakan akhlak kepada Allah SWT dan sesama manusia, yang mampu bersedekah dengan harta duniawinya dengan mengharap ridha Allah.

3. *Semenjak itu pula, Saiful memiliki niat untuk menggratiskan dagangannya*

Jika kita bersungguh sungguh dalam menjalani agama Islam, maka sedekah atau infak menjadi hal yang tidak boleh ditinggalkan. Wacana berita tersebut memberikan arti bahwa seberapa pun pendapatan ekonomi diri kita jangan lupakan untuk bersedekah. Apalagi untuk menyantuni anak yatim piatu. Karena umat muslim yang mampu, wajib hukumnya untuk berinfak, berzakat, dan bersedekah. Hal ini dianjurkan dalam Syariah Islam. Maka Allah akan membalas dari apa yang kita lakukan.

Janji Allah pada QS Al-Hadiid ayat 18, bahwasannya Allah janjikan tidak menunggu mati, orang yang infak baik laki atau perempuan dilipat gandakan dan dimuliakan.

إِنَّ الْمَصَدِّقِينَ وَالْمُصَدِّقَاتِ وَأَقْرَضُوا اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا  
يُضَعْفُ لَهُمْ وَلَهُمْ أَجْرٌ كَرِيمٌ

“Sesungguhnya orang-orang yang membenarkan (Allah dan Rasul- Nya) baik laki-laki maupun perempuan dan meminjamkan kepada Allah pinjaman yang baik, niscaya akan dilipatgandakan (pembayarannya) kepada mereka; dan bagi mereka pahala yang banyak”.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup>Kementerian Agama RI. Alquran dan Terjemah New Cordova. (Bandung : Syaamil Quran, 2012), 539.

Pesan tersebut mampu memperlihatkan tekad penjual bakso yang dari tahun lalu berjualan telah mempunyai niat untuk mengaktualisasikan ketentuan-ketentuan amaliyah dari dalil Allah SWT maupun hadis nabi terkait menghargai anak yatim dan penghafal Alquran. Pesan tersebut menggambarkan keikhlasan hati Saiful si penjual bakso di Terminal Purabaya, oleh karenanya hal ini menjadikan sedekah tidak melulu bergelar materi, akan tetapi tindak tanduk yang baik juga termasuk bagian dari sedekah.

4. *Baginya, hal itu merupakan bentuk penghargaan bagi penghafal kitab suci Islam tersebut.*

Wartawan Jawa Pos secara sengaja menulis wacana tersebut untuk mengeksplikan bahwa, umat muslim yang hafal kitab Alquran mendapatkan kemuliaan di sisi Allah. Karena bisa menghafal Alquran adalah karunia yang diberikan Allah SWT kepada orang-orang tertentu, tentu tidak semua mampu. Allah telah berfirman dalam QS. Faathir: 29:

إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ

وَأَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ

تَجْرَةً لِّن تَبُورَ ﴿٢٩﴾

“Sesungguhnya orang-orang yang selalu membaca Kitab Allah dan mendirikan shalat dan menafkahkan sebahagian dari rezki yang kami anugerahkan kepada mereka dengan diam-diam dan terang-terangan, mereka itu mengharapkan perniagaan yang tidak akan merugi”. (QS. Faathir: 29)<sup>26</sup>

Pembaca Jawa Pos pun diajak ke dalam satu frekuensi dalam pemberitaan itu, bahwa orang yang mampu menghafal kitab suci Islam atau Alquran itu, harus diberikan penghargaan. Wacana tersebut termasuk ke dalam kategori pesan dakwah akhlak, sebab merepresentasikan untuk mengapresiasi penghafal Alquran termasuk tindakan yang mulia.

Rasulullah SAW pernah bersabda bahwa “*Sesungguhnya Allah mempunyai keluarga di antara manusia, para sahabat lantas bertanya ‘siapakah mereka ya Rasulullah?’*. Rasul pun menjawab ‘*Para ahli Alquran, merekalah keluarga Allah dan pilihan-pilihanNya*”. Selain mendapatkan jaminan kemuliaan di dunia dan akhirat, penghafal Alquran mempunyai derajat yang lebih tinggi. Maka dalam wacana paragraf 2 tersebut mengajarkan manusia untuk menghormati para penghafal Alquran dan hal itu termasuk akhlak kepada sesama

---

<sup>26</sup>Kementerian Agama RI. Alquran dan Terjemah New Cordova. (Bandung : Syaamil Quran, 2012), 437.

manusia dengan berdasar pada dalil dan hadis.

5. *“Kalau dites benar, maka dapat bakso gratis,” kata pria asal Gresik itu.*

Islam sendiri selalu mengajarkan *tabayyun* untuk menerima realita yang ada. Penjual bakso ini lewat pemberitannya Jawa Pos mengajarkan kita untuk dapat bersikap *tabayyun*. Jadi orang yang menerima sedekah baksonya itu harus benar-benar orang yang pantas dan memang benar hafal Alquran.

Sikap yang dilakukan oleh Saiful ini termasuk dalam akhlak kepada manusia. Bagaimana ia bersikap adil dengan melakukan penyeleksian terlebih dahulu sebelum memberikan bakso gratisnya. Karena dalam sedekah secara terang-terangan terdapat salah satu makna yaitu menampakkan demi menegakkan sunnah dan bersyukur.

6. *Di antaranya, pembeli akan diberi dua porsi bakso gratis, jika diketahui menghafal 1-10 juz Alquran.*

Proses penyeleksian pembeli yang akan diberi bakso gratis oleh Saiful dilakukan secara bijaksana dan adil. Jika pembeli hafal 1-10 juz maka dua porsi bakso diberikan secara gratis. Hal tersebut telah disesuaikan oleh Saiful sendiri. Karena berlaku bijaksana dan adil merupakan akhlak yang terpuji dalam norma agama.

Demikian dalam wacana tersebut, perilaku Saiful ini termasuk dalam akhlak kepada manusia. Karena dalam proses tes menghafal Alquran, Saiful tidak pilih kasih. Ia memberikan apresiasi sesuai dengan kemampuan tiap menghafal Alquran. Dalam menerapkan sedekah secara terang-terangan (*jahr*), Saiful berlaku ikhlas, benar, dan selamat dari keraguan keadaan dari hal pamer.

7. *Tak hanya itu, bagi anak kecil yang juga dapat menghafal satu surat pendek, maka Saiful akan memberikannya satu pentol.*

Wacana ini mengajarkan kepada kita pentingnya untuk menghargai anak kecil yang mau belajar agama. Saiful dalam wacana ini diceritakan bahwa ia melihat seorang anak kecil yang hafal surah pendek, maka ia beri sepuluh lebih pentol. Hal ini membuat anak kecil lebih giat untuk menghafal surah Alquran. Saiful melihat anak kecil tentunya perlu apresiasi untuk mau dan terus belajar membaca atau menghafal Alquran.

Tindakan yang dilakukan oleh Saiful ini merupakan akhlak kepada manusia. Jika lebih dianalisis lagi, Saiful melakukan semacam ini hanya ingin mengajak tiap orang lebih gemar membaca atau menghafal Alquran. Terlihat saat anak kecil yang hafal surah pendek, ia beri sepuluh lebih pentol. Ia juga tak takut rugi jika menyeru umat



muslim untuk terus belajar kebajikan. Representatif sedekah dari Saiful, sedekah yang dilakukan dengan materi dan potensi (pikiran).

Pesan dakwah yang terdapat dalam pemberitaan media online Jawa Pos “Penjual Bakso di Terminal Purabaya Beri Bakso Gratis Penghafal Alquran” yang termasuk dalam kategori pesan dakwah syariah sebagai berikut:

1. *Pria yang juga guru ngaji itu mengaku, mulai berjualan bakso sejak tahun lalu.*

Wartawan memperkuat dari perilaku Saiful dengan menambahkan latar belakangnya sebagai guru ngaji. Pembaca dibawa ke dalam perspektif bahwa Saiful ini orang yang taat terhadap Syariah Islam, terlihat dari kegiatannya diluar berjualan bakso tersebut, yaitu menjadi guru ngaji. Perihal ini wartawan telah memberikan penjelasan bahwa sesungguhnya lahiriah hanya eksistensi bukan esensi yang sejati.

Saiful tak hanya menjalankan perintah bersedekah, menyantuni anak yatim piatu, dan menghargai penghafal Alquran. Di samping itu ia juga bersedekah potensi mengabdikan diri di jalan Allah SWT dengan mengajarkan nilai-nilai keagamaan melalui mengajar ngaji. Hal itu merupakan sebuah entitas ibadah. Karena Gus Arifin mengatakan macam sedekah salah satunya dengan mencari dan menyebarkan ilmu.

2. *Siapa sangka, Saiful merupakan alumnus salah satu pesantren di Kudus Jawa Tengah.*

Narasi ini sama seperti pembahasan di atasnya. Wartawan lebih khusus lagi menjelaskan latar belakang Saiful sebagai penguat dari tindakan yang dilakukannya. Pembaca ketika melihat wacana ini akan menghela nafas dan bilang “Patut/layak.”. Karena stereotip tentang pesantren adalah tempat yang diajarkan untuk menanamkan nilai luhur ke dalam kehidupannya.

Wacana ini merupakan bentuk syariah yang menjelaskan kegiatan bersifat amaliyah di luar perihal akhlak. Sebab Saiful telah menerapkan dogma bahwa tiap manusia harus terus belajar untuk menghilangkan kebodohan. Beberapa dalil dan hadis telah menjelaskan terkait kemuliaan orang berilmu. Pemaparan latar belakang pesantren Saiful tersebut terlihat bahwa dia dari dulu telah bersedekah secara non materi, dan bukan termasuk harta duniawi. Karena mencari dan menyebarkan ilmu termasuk macam-macam sedekah.

#### **d. Hasil Penelitian**

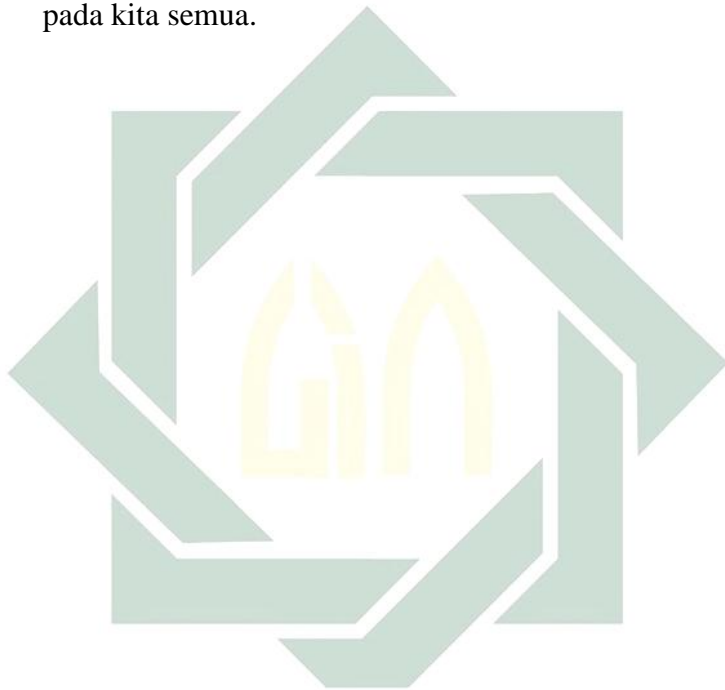
Data yang telah terpapar diatas, terlihat bahwa hasil dari penelitian Analisis Isi Pesan Dakwah “Pejual Bakso di Terminal Purabaya Beri Bakso Gratis Penghafal Alquran” dalam Media Online Jawa Pos yakni diperoleh frekuensi keseluruhan sebanyak 12 kali pesan, dengan 3 kategori pesan dakwah. Diantaranya adalah pesan akidah,

pesan akhlak, dan pesan syariah. Frekuensi tertinggi terdapat pada kategori akhlak yakni sebanyak 7 pesan dengan presentase 58,3%. Sedangkan pesan akidah mempunyai frekuensi sebanyak 3 pesan dengan presentase 25% dan pesan syariah mempunyai frekuensi paling rendah yakni hanya ada 2 kali dengan 16,7%.

Esensi pesan dari pemberitaan yang peneliti analisis ini adalah banyak sekali probematika yang terjadi di masyarakat bahwa orang yang mampu untuk bersedekah, berinfak, atau berzakat tidak mau melakukan anjuran syariah Islam tersebut. Seakan menohok kita semua apa yang telah disajikan oleh pemberitaan Jawa Pos ini. Wartawan mampu menyajikan secara humanistik realita penjual bakso di Terminal Bungurasih yang mempunyai konsistensi akhlak yang baik dengan cara sedekah kepada penghafal Alquran dan anak yatim piatu. Banyak hal yang bisa kita contoh mulai dari pesan akidah, akhlak, dan syariah yang telah disampaikan dari pemberitaan tersebut. Sikap kebijaksanaan, atau sikap adil penjual bakso dapat kita contoh ke dalam kehidupan kita sehari-hari. Ia menginginkan orang lain mampu dan mau dengan ikhlas menjalankan perintah Allah, maka ia lakukan dengan cara bersedekah kepada penghafal Alquran dan anak yatim, serta dengan mengajar ngaji.

Ia mengubah stereotip masyarakat yang menganggap orang dengan strata ekonomi menengah ke bawah harusnya diberikan sedekah oleh orang yang strata ekonominya menengah ke atas. Justru ia membalikkan konsep pemikiran bahwa daripada menunggu orang dengan strata ekonomi menengah ke atas tidak melakukan sedekah atau hanya bersedekah setahun sekali, maka orang yang dengan strata ekonominya menengah ke bawah seperti Saiful penjual bakso di Terminal Purabaya itu bisa melakukan konsistensi sedekah kepada orang lain.

Tentu dari pemberitaan Jawa Pos itu membuka cakrawala pikiran kita tentang sedekah, bahwa sedekah itu tidak hanya soal materi. Melainkan ada sedekah potensi dan sedekah sembunyi (*sirr*) atau terang-terangan (*jahr*). Keutamaan atau fadilat dari sedekah menjadi kita ketahui, oleh karena itu hal ini memberikan penjelasan pada kita semua.



## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Setelah menjelaskan pembahasan demi pembahasan yang telah dikemukakan dari bab sebelumnya, kemudian menganalisis isi pesan dakwah dalam pemberitaan “Penjual Bakso di Terminal Purabaya Beri Bakso Gratis Penghafal Alquran” pada media online Jawa Pos, maka peneliti memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pesan dakwah yang terkandung dalam dalam pemberitaan “Penjual Bakso di Terminal Purabaya Beri Bakso Gratis Penghafal Alquran” pada media online Jawa Pos meliputi pesan Akidah, Akhlak, dan Syariah. Isi pesan yang diteliti dalam pemberitaan tersebut berdasarkan dari tiap kalimat yang dinarasikan oleh wartawan Jawa Pos pada 28 Juni 2019. Dari kategori pesan yang telah disebutkan terdapat sub kategori, diantaranya yaitu pesan akidah yang ditampilkan media online Jawa Pos meliputi: Iman kepada Allah dan iman kepada Qada’ dan Qadar Allah SWT. Selanjutnya untuk pesan akhlak yang ditulis pada laman media online Jawa Pos tersebut meliputi: Akhlak kepada Allah dan akhlak kepada manusia. Terakhir untuk pesan Syariah yang ada dalam pemberitaan “Penjual Bakso di Terminal Purabaya Beri Bakso Gratis Penghafal Alquran” meliputi: sedekah atau infak.
2. Berdasarkan pengolahan data secara analisis isi, frekuensi yang muncul masing-masing kategori pesan dakwah diatas sebanyak 25% untuk pesan akidah yang berjumlah 3 pesan, pesan akhlak

muncul 7 pesan dengan persentase 58,3%, dan pada pesan syariah yang berjumlah 2 pesan dengan persentase sebanyak 16,7%. Jadi pesan akhlak adalah pesan dakwah yang paling dominan dalam pemberitaan “Penjual Bakso di Terminal Purabaya Beri Bakso Gratis Penghafal Alquran” pada media online Jawa Pos.

## **B. Rekomendasi**

Dari hasil penelitian yang telah dipaparkan, maka peneliti memberikan beberapa rekomendasi yang mungkin bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan.

1. Bagi pembaca, dapat peka mengetahui dan mengambil perihal sisi positif pesan dakwah dari sebuah pemberitaan yang ditampilkan media dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.
2. Bagi redaktur atau jurnalis, dapat membuat pemberitaan yang disisipkan berbagai pesan dakwah, karena hal ini menjadi faktor yang esensial terhadap esensi kehidupan daripada isi berita itu sendiri karena hal semacam ini dapat memengaruhi dan juga mentransformasikan sikap serta pengetahuan pembaca sehingga pemikirannya tidak semakin restriksi.
3. Bagi akademis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi mahasiswa, khususnya dalam bidang studi komunikasi dan penyiaran islam. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya. Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu diharapkan melakukan penelitian lebih rinci dan mendalam.

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kuantitatif deskriptif yang ditujukan untuk mengetahui

gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari substansi pemberitaan. Metode ini hanya melihat data yang tampak (*manifest*) dari tiap kalimat pemberitaan “Penjual Bakso di Terminal Purabaya Beri Bakso Gratis Penghafal Alquran” di media online Jawa Pos dan memasukkannya pada lembar koding sesuai kategori yang telah ditentukan kemudian dianalisa dianalisa tiap kalimat tersebut.

Oleh karena itu, masih diperlukan penelitian yang sifatnya lebih mendalam, yaitu mencari data lebih dalam lagi dibalik produksi pemberitaan “Penjual Bakso di Terminal Purabaya Beri Bakso Gratis Penghafal Alquran”. Kemudian dapat juga diteruskan dalam meneliti Analisis Isi Kualitatifnya. Pun dapat juga kemudian dilakukan mencari lebih banyak dari pemberitaan Jawa Pos yang memuat pesan dakwah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah M. Y., *Studi Akhlak dalam Perspektif Alquran*, Jakarta: Amzah, 2008.
- Ahmad A., “Perkembangan Media Online dan Fenomena Disinformasi (Analisis pada Sejumlah Situs Islam)” *Jurnal Pekommas* , vol.16, no. 3, 2013.
- Ahmad J., *Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis)*, <https://www.researchgate.net/publication/32596533>  
I<sub>2</sub> diakses pada tanggal 12 Juli 2020
- Alawiyah T, *Strategi Dakwah di Lingkungan Majelis Taklim*, Bandung : Mizan, 1997.
- Al-Bajuri S. I., *Buku Pintar Aqidah Islam*, Jakarta : Lintang Rasi Aksara Book, 2012.
- Al-Ghazali, *Terjemahan Ihya' Ulumuddin Jilid II*, Semarang : Asy-Syifa, 1990.
- Ali M. D., *Pendidikan Agama Islam cet. Ke-3*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2000.
- Al-Madjidi., *Konsep Pendidikan Para Filosof Muslim*, Yogyakarta : Al-Amin, 1997.
- Amin A., *Dakwah Islam dan Pesan Moral*, Jogjakarta : Kurnia kalam Semesta, 2002.
- Amin A., *Etika (Ilmu Akhlak)*, Jakarta :Bulan Bintang, 1993.
- Amin S. M., *Ilmu Dakwah*, Jakarta : Amzah, 2009.



- Amin S. M., *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, Jakarta : Amzah , 2008.
- Anas A., *Paradigma Dakwah Kontemporer*, Semarang : PT. Pustaka Rizki Putra, 2006.
- Ancok Djamaludin dkk, *Pers dan Penyebaran Pesan-pesan Agama*, Bandung : Puspida Press, 2000.
- Andy D., *Metodologi Ilmu Dakwah*, Yogyakarta : LESFI, 2002.
- Ardani M., *Akhlaq Tasawuf Cet ke-2*, Jakarta : CV. Karya Mulia, 2005.
- Arifin A., *Dakwah Kontemporer: Sebuah Studi Komunikasi*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2011.
- Aziz J. A. A., *Fiqih Dakwah: Studi Atas Berbagai Prinsip dan Kaidah yang Harus Dijadikan Acuan dalam Dakwah Islamiah*, Solo : Surakarta Era Adicitra Intermedia, 2011.
- Aziz M. A., *Ilmu Dakwah*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2004.
- Aziz M. A., *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2009.
- Aziz M. A., *Ilmu Dakwah*. Jakarta : Prenada Media Group, 2012.
- Bachtiar W., *Metdologi Penelitian Ilmu Dakwah*, Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1997.
- Badrudin, *Akhlaq Tasawuf (cet.II)*, Serang : IAIB Press, 2012.

- Bali W. A., *Kesalahan dalam Akidah*, Jakarta : Pustaka Azzam, 2005.
- Bisri M., *Saleh Ritual Saleh Sosial*, Bandung : Mizan, 1995.
- Bungin B., *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta : Rajawali Pers, 2002.
- Bungin B., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2001.
- Cholid N & H. Abu, *Metodologi Penelitian*, Jakarta : Bumi Aksara, 2004.
- Christiani L. C., Spasialisasi Grup Media Jawa Pos, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 12, No. 2, 2015, 205.
- El-Hamdy U., *Sedekah Bikin Kaya dan Berkah*, Jakarta : Kawah Media, 2015.
- Eriyanto, *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta : Kencana, 2011.
- Eriyanto, *Analisis isi*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Fad'aq A. U. H., *Mengungkap Makna dan Hikmah Sabar*, Jakarta : Lentera, 1999.
- Fatwa E. F., *Pendidikan Agama Islam*, Tasikmalaya : Edu Publisher, 2018.
- Febryani S., “Desain Layout Pada Surat Kabar Radar Surabaya Sebagai Upaya Menarik Minat Pembaca”, *Kerja Praktek*, Jurusan Desain Komunikasi Visual Sekolah

Tinggi Manajemen Informatika & Teknik Komputer  
Surabaya, 2012.

Ghozali D., *Communication Measurement; Konsep dan Aplikasi Pengukuran Kinerja Public Relation*, Bandung : Simbiosis Ekatama Media, 2005.

Glasse C., *Ensiklopedia Islam, Kata Pengantar: Prof. Huston Smith*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2002.

Gus Arifin, *Zakat Sedekah Infak*, Jakarta : Media Komputindo, 2011.

Hamidi, *Metode Penelitian Kualitatif, Pendekatan Praktis Penulisan Proposal dan Laporan Penelitian*, Malang : UMM Press; 2010.

Haqiqi M. S. I., *Sedekah Berbalas Kontan: balasan berlipat terhindar musibah*, Solo : Aqwam Media Profetika, 2010.

Hidajat M. S., *Public Speaking dan Teknik Presentasi*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2006.

[Http://m.merdeka.com](http://m.merdeka.com). Diakses pada tanggal 16 Maret 2020.

[Http://remotivi.or.id/di-balik-layar/568/malas-reportase-sendiri-menyadur-pun-jadi](http://remotivi.or.id/di-balik-layar/568/malas-reportase-sendiri-menyadur-pun-jadi). Diakses pada 6 Maret 2020.

[Http://www.jawapos.com](http://www.jawapos.com). Di akses pada tanggal 7 Februari 2020.

[Http://www.jawapos.com](http://www.jawapos.com). Diakses pada 24 Januari 2020.

[Http://www.radarsurabaya.jawapos.com](http://www.radarsurabaya.jawapos.com). Diakses pada 19 Maret 2020.

[Https://almanhaj.or.id](https://almanhaj.or.id). Diakses pada 12 Juni 2020.

[Https://id.wikipedia.org](https://id.wikipedia.org). Diakses pada tanggal 16 Maret 2020.

Ilahi W., *Komunikasi Dakwah (Cet 1)*, Surabaya: PT Remaja Rosdakarya, 2010.

Iryani E., Hukum Islam, Demokrasi dan Hak Asasi Manusia. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, Vol. 17, No.2, 2017.

Iskandar, *Sedekah Membuka Pintu Rezeki*, Bandung : Pustaka Islam, 1994.

Ismail, *Menjelajah Atas Dunia Islam*, Bandung : Mizan, 2000.

Kamaluddin, Pesan dakwah. *Jurnal Kajian Ilmu Keislaman*, Vol. 02, No. 03, 2016.

Kayo K. P., *Manajemen Dakwah: dari Dakwah Konvensional Menuju Dakwah Kontemporer*, Jakarta : Amzah, 2007.

KBBI V 0.2.1 Beta (21.)

Kementerian Agama RI. Alquran dan Terjemah New Cordova, Bandung : Syaamil Quran, 2012.

Kriyantono R., *Teknik Praktik Riset Komunikasi*, Jakarta : Kencana, 2009.

Kurnia H., dkk, *Panduan Pintar Zakat*, Jakarta : Qultum Media, 2008.

- Mahmud A. A. W., *Akhhlak Mulia*, Jakarta: Gema Insani, 2004.
- Munir M. dan Ilaihi W., *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2006.
- Mustafa A., *Akhhlak Tasawuf. (cet.3)*, Bandung : Pustaka Setia, 2005.
- Nasution Z., *Sosiologi Komunikasi Massa (Modul 1-9, edisi ke-2)*, Jakarta : Pusat Penerbitan Universitas Terbuka, 1993.
- Nata A., *Akhhlak Tasawuf*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2009.
- Nielsen dalam <http://www.agbnielsen.net>. Diakses pada 17 Maret 2020.
- Qardhawiy Y., *Pengantar Kajian Islam*, Jakarta : Pustaka Al kautsar, 1996.
- Rahmad J., *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 1995.
- Retnoningsih A. dan Suharso, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Semarang : CV. Widya Karya, 2006.
- Retnowati W. I., *Hapus Gelisah dengan Sedekah*, Jakarta : Qultum Media, 2007.
- Ridha T., *Perbedaan Ziwaf*, Jakarta : Tabung Wakaf Indonesia, tt.
- Sa'adiyah S. & Suhaily N., Tauhid Membina Keutuhan Akidah Islam, *Jurnal Islam dan Masyarakat Kontemporer*, Vol. 2, 2009.

- Sakdiyah H., Urgensi Interpersonal Skill dalam Dakwah Persuasif, *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 14, No. 27, 2015.
- Saleh H., *Studi Islam di Perguruan Tinggi Pembinaan IMTAQ dan Pengembangan Wawasan*, Jakarta : Penerbit ISTN, 2000.
- Santana S., *Jurnalisme Kontemporer*, Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017.
- Sanusi M., *The Power of Sedekah*, Yogyakarta : Pustaka Insan Madani, 2009.
- Saputra W., *Pengantar Ilmu Dakwah*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2011.
- Shihab Q., *Wawasan Al-Qur'an*, Bandung : Mizan, 2000.
- Sobur A., *Analisis Teks Media*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2012.
- Subagyo P. J., *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Jakarta : PT Rineka Cipta, 2004.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, Bandung : Alfabeta, 2015.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Cet. 20*, Bandung : Alfabeta, 2014.
- Suharsimi A., *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Yogyakarta : Rineka Cipta, 1998.
- Suisyanto, *Pengantar Filsafat Dakwah*, Yogyakarta : Teras, 2006.

- Sunarto A., *Indahnya Bersedekah*, Surabaya : Menara Suci, 2015.
- Sunarto, *Kiai prostitusi*, Surabaya: IDIAL-MUI, 2012.
- Suparmoko M., *Metode Penelitian Praktis*, Yogyakarta : BPF, 1995.
- Suprayogo I., Tobroni, *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2001.
- Syarifudin A., *Ushul Fiqh*, Jakarta : Logos Wacana Ilmu, 1997.
- Syukur I. A., *Metode Analisis Teks & Wacana*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2009.
- Taher T., *Menyegarkan Akidah Tauhid Insani : MATI di Era Klenik*, Jakarta : Gema Insani Press, 2002.
- Tasmara T., *Komunikasi Dakwah*, Jakarta : Gaya Media Pratama, 1997.
- Taufani, *Jurus Mabuk Dahlan Iskan*, Yogyakarta : Buku Pintar, 2013.
- Yanuar, Dinita, dan Shinta, *Memetakan Lanskap Industri Media Kontemporer di Indonesia*, Jakarta : Centre for Innovation Policy and Governance, 2013.
- Zahri H. A., *Pokok-Pokok Akidah yang Benar*, Sleman : Deepublish , 2019.
- Zaidallah A. I., *Strategi Dakwah dalam Membentuk Da'i*, Jakarta : Kalam Mulia, 2002.
- Zhari M., *Kunci Memahami Ilmu Tasawuf*, Surabaya : Bina Ilmu, 1995.