

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah merupakan suatu aktifitas yang sangat penting dalam keseluruhan ajaran Islam. Dengan dakwah Islam dapat diketahui, dihayati, dan diamalkan oleh manusia dari generasi ke generasi berikutnya.¹ Dakwah berfungsi menata kehidupan yang agamis menuju terwujudnya masyarakat yang harmonis dan bahagia.² Melihat begitu sentralnya fungsi dakwah para ulama` sepakat bahwa hukum dakwah adalah wajib.³

Sejak zaman nabi, proses dakwah telah melampaui sejarah yang amat panjang. Sampai saat ini, dakwah telah memperlihatkan konsistensinya yang utuh dalam menghadapi berbagai pertempuran kultur maupun ideologi.

Dakwah pada hakikatnya merupakan proses rekayasa sosial dalam menjembatani berbagai kepentingan hidup. Di satu sisi, dakwah harus sanggup menawarkan suatu model ideal dari kehidupan yang dicita-citakan, sementara di sisi lain, dakwah juga dituntut untuk tetap responsif terhadap berbagai perubahan yang terjadi sebagai akibat dari interaksi antara kehidupan umat manusia di satu pihak dan tuntutan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi di pihak lain. Oleh karena itu, dakwah harus

¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta : Kencana, 2004) hal. 55.

² *Ibid* ,hal. 37.

³ *Ibid*, hal. 42.

mampu memerankan dirinya sebagai suatu model pendekatan multidimensional sehingga tetap relevan dalam berbagai perubahan tempat dan zaman.⁴

Salah satu unsur dakwah adalah media (wasilah), yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah. Hamzah Ya`qub membagi media dakwah menjadi lima macam, yaitu lisan, tulisan, lukisan, audio visual dan ahklak⁵. Dari lima media tersebut yang menjadi fokus penelitian ini adalah media tulisan (pers / jurnalistik) atau yang dalam istilah dakwah sering disebut sebagai *dakwah bil qalam / dakwah bil kitabah*.

Pers memiliki ciri khas di bandingkan dengan dengan media lainnya. Yang penting bukan hanya sifatnya yang merupakan media cetak, tetapi khalayak yang di terpanya bersifat aktif, tidak pasif seperti kalau mereka diterpa media radio, televisi dan film.⁶ Selain itu kelebihan pers dari media massa lainnya, ialah bahwa media cetak dapat didokumentasikan, diulang kaji, dihimpun untuk kepentingan pengetahuan dan dijadikan bukti otentik yang bernilai tinggi.⁷

Alvin Tofler (1981) mengungkapkan bahwa umat manusia kini telah dan sedang memasuki gelombang peradaban ketiga (*The Third Wave*) yaitu gelombang era informasi, setelah sebelumnya melalui era pertanian dan

⁴ Asep Saeful M, & Agus AS, *Metode Peneltian Dakwah* (Bandung : CV Pustaka Setia, 2003) hal. 16-17.

⁵ M. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah...*, hal. 120.

⁶ Onong Uchjana Efend, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi* (Bandung : PT. Citra Aditya Bakti 2003) hal. 313.

⁷ *Ibid*, hal. 314.

industri.⁸ Merebaknya media massa dewasa ini, khususnya media cetak seperti surat kabar, tabloid dan majalah, merupakan salah satu wujud dari era informasi tersebut. Melalui media massa, berbagai informasi hadir setiap saat di setiap ruang publik. Berbagai pandangan berkembang seakan tiada henti. Semua pesan yang di sampaikan media massa di konsumsi oleh masyarakat serta menjadi bahan informasi dan referensi pengetahuan mereka. Salah satu diantara media massa tersebut adalah harian Jawa Pos yang saat ini menjadi obyek kajian kita. Maka pada era ini yang akan menjadi penguasa dunia adalah mereka yang menguasai informasi (ilmu pengetahuan, teknologi dan budaya).⁹

Pesan (informasi) yang di sampaikan media diyakini memiliki kekuatan hebat untuk melakukan perubahan bagi masyarakat. Efek pesan yang di timbulkan oleh media melekat pada khalayak sebagai akibat dari perubahan psikologis, yang meliputi aspek kognitif, afektif dan konatif.

Mengingat begitu besarnya pengaruh media, maka di pandang perlu untuk melakukan penelitian tentang bagaimana media memproduksi suatu berita, serta bagaimana strategi media dalam menggunakan bahasa pada pemberitaannya, sehingga diketahui makna-makna dan maksud-maksud tertentu dari pemberitaan tersebut.

Jawa Pos adalah surat kabar yang terbit setiap hari dan merupakan salah satu surat kabar terbesar di Indonesia dengan mempunyai banyak anak cabang (Jawa Pos group). Dalam melaksanakan fungsi jurnalistiknya,

⁸ Ahmad Y. Samantho, *Jurnalistik Islam* (Jakarta : Harkah 2002) hal. 63.

⁹ *Ibid*, hal. 63-64.

Jawa Pos memberikan berbagai informasi diantaranya berupa pesan – pesan keagamaan dengan memberikan rubrik khusus pada halaman Metropolis yaitu “Weekend-religi”. Rubrik ini ditampilkan seminggu sekali di akhir pekan yaitu setiap hari Jum`at dan Sabtu. Pesan keagamaan khusus bagi umat muslim disampaikan setiap Jum`at. Sementara pesan keagamaan untuk umat non muslim diberikan pada hari Sabtu.

Sebagai salah satu surat kabar terbesar di Indonesia, tentu berita yang di sampaikan Jawa Pos mempunyai peran yang cukup besar dalam membentuk opini, wawasan dan pengetahuan publik. Jawa Pos adalah Koran umum (bukan berideologi Islam), artinya Jawa Pos bukan koran dakwah yang fokus pemberitaannya mengenai hal-hal yang berkaitan dengan dakwah Islam. Maka menjadi menarik untuk melakukan penelitian bagaimana Jawa Pos menyampaikan pesan-pesan keagamaan khususnya pesan dakwah Islam dalam rubrik metropolis weekend-religi.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana isi pesan dakwah dalam rubrik Weekend-Religi Harian Jawa Pos edisi 2, 9, 16, 23 dan 30 Januari 2009 ?
2. Wacana Dakwah apa yang dikembangkan dalam rubrik Weekend-Religi Harian Jawa Pos edisi 2, 9, 16, 23 dan 30 Januari 2009 ?

C. Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami tentang :

1. Isi pesan dakwah dalam rubric Weekend-Religi Harian Jawa Pos edisi 2, 9, 16, 23 dan 30 Januari 2009
2. Wacana Dakwah yang di kembangkan oleh rubrik Weekend-Religi Harian Jawa Pos edisi 2, 9, 16, 23 dan 30 Januari 2009

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Sebagai kontribusi pemikiran dalam pengembangan ilmu dakwah, terutama dakwah melalui media cetak.

2. Manfaat Praktis

Sebagai referensi bagi mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Surabaya, dan untuk harian Jawa Pos sebagai kontribusi pemikiran terhadap kebijakan dibidang komunikasi massa, khususnya dalam pemberitaan pesan religi (dakwah).

E. Definisi Konsep

Untuk menghindari bias terhadap masalah dalam penelitian ini, maka devinisi konsep menjadi penting untuk diajukan. Dalam penelitian ini ada dua konsep yang akan didevinisikan, yaitu :

1. Pesan dakwah

Dalam bahasa komunikasi pernyataan dinamakan pesan (message). Orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (communicator) sedangkan orang yang menerima pernyataan disebut

komunikasikan (*communicate*). Jika di analisis, pesan komunikasi terdiri dari dua aspek: *pertama*, isi pesan (*the content of message*), *kedua*, lambang (*symbol*). Konkritnya isi pesan itu adalah pikiran atau perasaan, sementara lambang adalah bahasa¹⁰. Sedangkan dakwah adalah segala bentuk aktivitas penyampaian ajaran Islam kepada orang lain dengan berbagai cara yang bijaksana untuk terciptanya individu dan masyarakat yang menghayati dan mengamalkan ajaran Islam dalam semua lapangan kehidupan¹¹. Dari keterangan di atas didapat pengertian bahwa pesan dakwah adalah materi yang disampaikan dalam kegiatan dakwah. Adapun materi dakwah tersebut tak lain adalah ajaran Islam itu sendiri yang meliputi aqidah, syariah dan akhlaq¹².

2. Analisis wacana

Istilah wacana berasal dari bahasa sansekerta *wac/wak/vac*, yang artinya “berkata”, “berucap”. Kata tersebut kemudian mengalami perubahan menjadi *wacana*. Bentuk *ana* yang muncul di belakang adalah sufiks (akhiran), yang bermakna membendakan (nominalisasi). Jadi kata wacana diartikan sebagai “perkataan” atau “tuturan”¹³. Dapat pula dimaknai sebagai “ucapan”, “perkataan”, “bacaan” yang bersifat kontekstual.¹⁴

Adapun analisis wacana adalah istilah umum yang dipakai dalam banyak disiplin ilmu dengan berbagai pengertian. Menurut pandangan

¹⁰ Onong UE, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi ...*, hal. 28.

¹¹ Ali Aziz, *Ilmu Dakwah...*, h. 11.

¹² *Ibid*, hal. 94.

¹³ Mulyana, *Kajian Wacana* (Yogyakarta : Tiara Wacana 2005) hal. 3.

¹⁴ *Ibid*, hal. 4.

kaum *positivisme-empiris*, analisis wacana digunakan untuk menggambarkan tata aturan kalimat, bahasa dan pengertian bersama. Sedangkan menurut pandangan *konstruktivisme*, analisis wacana adalah suatu analisis untuk membongkar maksud-maksud dan makna-makna tertentu. Yaitu upaya pengungkapan maksud tersembunyi dari subyek yang mengemukakan pernyataan. Sementara *pandangan kritis*, melihat wacana (pemakaian bahasa dalam tuturan dan tulisan) sebagai bentuk dari praktek sosial.

Meskipun ada perbedaan devinisi dari berbagai pandangan, namun titik singgungnya adalah bahwa analisis wacana berhubungan dengan studi mengenai bahasa / pemakaian bahasa.¹⁵

Dengan demikian analisis wacana yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah kajian terhadap teks yang diberitakan lewat media surat kabar.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini terdiri dari V (lima) bab yang terperinci sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep dan sistematika pembahasan.

¹⁵ Eriyanto, *Analisis Wacana, Pengantar Analisis Teks Media* (Yogyakarta : LkiS, 2001), h. 4.

BAB II : KERANGKA TEORETIK

Kerangka teoretik terdiri dari kajian tentang ; (a) Pesan dakwah yang berisi konsep tentang pesan dakwah, karakteristik pesan dakwah, pokok-pokok pesan dakwah, pertimbangan unsur media, metode dan mad'u dalam menyampaikan pesan dakwah. (b). Kajian tentang analisis wacana dan teori wacana Teun Van Dijk. (c) Penelitian terdahulu yang relevan.

BAB III: METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, unit analisis, dan teknik analisis data.

BAB IV: PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini terdiri dari ; (a) Deskripsi obyek penelitian yang meliputi profil harian Jawa Pos, halaman dan rubrik-rubrik, dan struktur redaksi harian Jawa Pos. (b) Penyajian data yang meliputi isi teks rubrik Weekend-Religi harian Jawa Pos edisi 2, 9, 16, 23, dan 30 Januari 2009. (c) Analisis data yang terdiri dari analisis isi pesan dakwah dan analisis wacana rubrik pada setiap edisi.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang simpulan dan saran.