

## BAB II

### KERANGKA TEORETIK

#### A. Kajian Pustaka

##### 1. Dakwah

###### a. Pengertian Dakwah

Secara etimologi, dakwah berasal dari bahasa Arab *da'a* (دعا), *yad'u* (يدعو), *da'wah* (دعوة) yang berarti panggilan, ajakan, atau seruan. Sedangkan secara terminologis, dakwah mengandung pengertian mendorong manusia agar berbuat kebajikan dan menurut petunjuk menyeru mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka dari perbuatan munkar agar mereka mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat.<sup>1</sup>

Dakwah menurut istilah, para ulama memberikan definisi bermacam-macam, antara lain :

Menurut H. Mansyur Amin, menyatakan dakwah adalah suatu aktifitas yang mendorong manusia memeluk agama Islam, melalui cara yang bijaksana, dengan materi ajaran Islam. Agar mereka mendapat kesejahteraan kini (dunia) dan kebahagiaan nanti (akhirat).<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> M. Munir, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), Hal: 215.

<sup>2</sup> Mansyur Amin, *Dakwah Islam Dan Pesan Moral*, (Yogyakarta: Al-Amin, 1997), Hal. 10

Dalam QS. An-Nahl : 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْ لَهُم بِالَّتِي هِيَ  
أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ  
بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: *Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.*

Sedangkan menurut A. Hasjmy memberikan makna dakwah sebagai sebuah upaya mengajak manusia untuk mengerjakan dan mengikuti petunjuk, menyeruh mereka berbuat baik dan melarang mereka dari perbuatan jelek agar mereka dapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat.<sup>3</sup>

Sementara itu, Sri Astutik mengartikan dakwah pada hakikatnya merupakan upaya aktif dan progresif yang dilakukan oleh seorang da'i, baik individu maupun kolektif dalam upaya menyampaikan ajaran Islam kepada umat yang dilakukan dengan metode dan media tertentu (cara dan sarana dakwah) agar mereka memperoleh kebahagiaan di dunia dan diakhirat.<sup>4</sup>

Dakwah juga dapat diartikan sebagai suatu upaya untuk mengajak dan menyeru umat manusia, baik perorangan maupun

<sup>3</sup> Hasanuddin, *Hukum Dakwah: Tinjauan Aspek Hukum Dalam Berdakwah Di Indonesia*, (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1996), Hal. 28

<sup>4</sup> Sri Astutik, *Kreatifitas Dan Dakwah Islamiyah, Dalam Jurnal Ilmu Dakwah Vol. 3 No. 2*, (Surabaya: Fakultas Dakwah, Oktober 2000), Hal. 40-41

kelompok kepada agama Islam. Pedoman hidup yang diridhai oleh Allah dalam bentuk amar ma'ruf nahi munkar dan amal shaleh dengan lisanul maqal (cara lisan) maupun lisanul hal (perbuatan) guna mencapai kebahagiaan hidup kini di dunia dan nanti di akhirat.<sup>5</sup>

Dari beragam definisi mengenai term dakwah yang dikemukakan oleh para ahli ilmu dakwah di atas, maka peneliti mengambil suatu kesimpulan bahwa dakwah merupakan suatu upaya untuk menyeru, mengajak, memanggil maupun mengundang obyek dakwah (sasaran dakwah) yang dilakukan baik secara individual maupun terorganisasi, dengan sistematis dan terarah menggunakan metode dan media yang sesuai dengan kondisi obyek dakwah guna mencapai tujuan dakwah, yaitu terwujudnya suatu tatanan kehidupan yang diridhoi oleh Allah SWT, yaitu kehidupan yang bahagia, baik di dunia maupun di akhirat.

b. Tujuan Dakwah

Tujuan dakwah merupakan upaya pengaktualisasian pesan-pesan dakwah yang ingin dicapai dari aktifitas dakwah yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari guna terwujudnya tujuan dakwah, yaitu membumikan nilai-nilai yang terkandung dalam ajaran agama Islam demi terciptanya sebuah tatanan kehidupan yang diridhai oleh Allah SWT.

---

<sup>5</sup> Zaini Muchtarom, *Dasar-Dasar Manajemen Dakwah* (Yogyakarta: Al-Amin Press Dan Ikfa, 1997), Hal. 14

Asmuni Syukir, membagi tujuan dakwah menjadi dua macam, yaitu terdiri dari tujuan umum dan tujuan khusus. *Pertama*, tujuan umum pada tujuan ini, dakwah adalah upaya mengajak manusia, meliputi orang mukmin maupun orang kafir atau musyrik kepada jalan yang benar yang diridhai Allah SWT, agar hidup bahagia dan sejahtera di dunia maupun di akhirat. *Kedua*, tujuan khusus, tujuan ini meliputi:

1. Mengajak umat manusia yang sudah memeluk agama Islam untuk selalu meningkatkan taqwanya kepada Allah SWT.
2. Membina mental agama (Islam) bagi kaum yang masih muallaf.
3. Mengajak umat manusia yang belum beriman agar beriman kepada Allah (memeluk agama Islam).
4. Mendidik dan mengajar anak-anak agar tidak menyimpang dari fitrahnya.<sup>6</sup>

Merujuk pada pendapat di atas, peneliti berpendapat bahwa pada hakikatnya tujuan dakwah adalah upaya untuk mewujudkan suatu tatanan kehidupan yang *baladun Thoyyibatun warabbun ghofur*, dengan berlandaskan tutunan agama dan tanpa mengabaikan ketentuan-ketentuan hukum, baik yang tersirat maupun yang tersurat dalam sumber hukum agama Islam secara menyeluruh.

Tujuan utama dakwah ialah mewujudkan kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan akhirat yang diridhoi oleh Allah

---

<sup>6</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983) Hal. 15-18

SWT, yakni dengan menyampaikan nilai-nilai yang dapat mendatangkan kebahagiaan dan kesejahteraan yang diridhoi oleh Allah SWT sesuai dengan segi atau bidangnya masing-masing.

c. Metode Dakwah

Metode dakwah adalah cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang *dai* kepada *mad'u* untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang.<sup>7</sup> Dinama metode yang dapat digunakan oleh para da'i dalam mengemban misi dakwahnya adalah sebagai berikut:

1) Metode Ceramah (Retorika Dakwah)

Ceramah adalah suatu metode dakwah yang banyak diwarnai oleh ciri karakteristik bicara dari seorang da'i pada suatu aktifitas dakwah. Ceramah dapat pula bersifat proganda, kampanye, berpidato, khutbah, sambutan, mengajar, dan sebagainya.

2) Metode Tanya jawab

Metode Tanya jawab adalah penyampaian materi dakwah dengan cara mendorong obyek dakwah untuk menyatakan suatu masalah yang dirasa belum dimengerti dan da'inya sebagai penjawabnya.

3) Debat (mujadalah)

Debat adalah metode dakwah dengan cara adu argumen.

Debat yang dimaksud disini adalah debat yang baik, adu argumen

---

<sup>7</sup> Munzier Suparta Dan Harjani Hefni, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Rahmat Semesta, 2003)

dan tidak tegang (ngotot) serta tidak sampai terjadi pertengkaran. Debat pada dasarnya mencari kemenangan, dalam arti menunjukkan kebenaran dan kehebatan Islam.

4) Percakapan antar pribadi (percakapan bebas)

Percakapan antar pribadi atau *individu conference* adalah percakapan bebas antara seorang da'i dengan individu-individu sebagai sasaran dakwahnya. Percakapan pribadi ini bertujuan untuk menyampaikan pesan dakwah.

5) Metode Demonstrasi

Yaitu berdakwah dengan cara memperlihatkan suatu contoh, baik berupa benda, peristiwa, perbuatan, dan sebagainya. Artinya, suatu metode dakwah, dimana seorang da'i memperlihatkan suatu atau mementaskan sesuatu terhadap sasarannya (*massa*), dalam rangka mencapai tujuan dakwah yang ia inginkan.

6) Pendidikan dan Pengajaran Agama

Pendidikan dan pengajaran dapat pula dijadikan sebagai metode dakwah. Sebab dalam definisi dakwah telah disebutkan bahwa dakwah dapat diartikan dengan dua sifat, yaitu bersifat pembinaan, melestarikan dan membina agar tetap beriman dan pengembangan sasaran dakwah.

#### 7) Mengunjungi Rumah (silaturahmi/ home visit)

Metode dakwah ini sangat efektif dalam rangka mengembangkan maupun membina ummat Islam, yaitu dengan cara mengunjungi rumah atau silaturahmi atau home visit.<sup>8</sup>

#### 8) Metode Konseling

Konseling adalah penelitian timbal balik diantara dua orang individu dimana seorang (konselor) berusaha membantu yang lain (klien) untuk mencapai pengertian tentang dirinya sendiri dalam hubungannya dengan masalah-masalah yang dihadapinya pada saat ini dan pada waktu yang akan datang.

Metode konseling memperkuat wawancara secara individual dan tatap muka antara konselor sebagai pendakwah dan klien sebagai mitra dakwah untuk memecahkan masalah.<sup>9</sup>

#### 9) Metode Karya Tulis

Metode ini termasuk dalam kategori *dakwah bi al-qalam* (dakwah dengan karya tulis). Tanpa tulisan, peradaban dunia akan lenyap dan punah. Ada hal-hal yang mempengaruhi efektivitas tulisan, antara lain: bahasa, jenis huruf, format, media, dan tentu saja penulis serta isinya. Tulisan yang terpublikasikan bermacam-macam antara lain: tulisan ilmiah, tulisan sastra, tulisan cerita, tulisan berita, dan lainnya.

---

<sup>8</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983) Hal. 104-162

<sup>9</sup> Moh. Ali Aziz, *Edisi Revisi Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), H.372-381

#### 10) Metode pemberdayaan masyarakat

Salah satu metode dalam dakwah bil al-hal (dakwah dengan aksi nyata) adalah pemberdayaan masyarakat, yaitu dakwah dengan upaya untuk membangun daya dengan cara mendorong, memotifasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkannya dengan dilandasi proses kemandirian.

#### 11) Metode kelembagaan

Metode lainya dalam dakwah bil al-hal adalah metode kelembagaan yaitu pembentukan dan pelestarian norma dalam wadah organisasi sebagai instrumen dakwah untuk mengubah perilaku anggota melalui institusi umpamanya, pendakwah harus melewati proses fungsi-fungsi manajemen yaitu : perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), penggerakan (actuating), dan pengendalian (controlling).

Dalam pemaparan mengenai metode dakwah di atas dalam penggunaannya bergantung pada situasi dan kondisi. Artinya, dalam kondisi dan kebutuhan mad'u. analisa dan diagnosa terhadap kebutuhan riil mad'u menjadi kunci sukses dalam menemukan metode yang tepat untuk digunakan dalam proses penyampaian materi dakwah. Sehingga mad'u bisa cepat mencerna materi dakwah yang disampaikan melalui metode yang tepat dan handal dalam membaca kondisi riil mad'u.



#### d. Media Dakwah

Pada dasarnya, dakwah dapat menggunakan berbagai wasilah (media) yang dapat merangsang indera-indera manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk menerima dakwah. Semakin tepat dan efektif wasilah yang dipakai. Semakin efektif pula upaya pemahaman ajaran Islam pada masyarakat yang menjadi sasaran dakwah. Dalam upaya mempermudah dan memperlancar aktivitas dakwah guna tercapainya tujuan dakwah. Seorang juru dakwah (da'i) dapat menggunakan berbagai macam media dakwah yang disesuaikan dengan kondisi riil obyek dakwah yang akan menjadi sasaran dakwahnya (mad'u). Diantaranya media dakwah yang dapat digunakan oleh para da'i dalam upaya mengemban dan menyampaikan misi dakwahnya tersebut, antara lain:

##### 1) Lembaga-lembaga pendidikan formal

Pendidikan formal adalah lembaga pendidikan yang memiliki kurikulum. Siswa seajar kemampuannya, pertemuan rutin, dan sebagainya.

##### 2) Lingkungan keluarga

Keluarga adalah kesatuan sosial yang terdiri dari: ayah, ibu, dan anak atau kesatuan sosial yang terdiri dari beberapa keluarga (famili) yang masih ada hubungan darah.

### 3) Organisasi-organisasi Islam

Organisasi Islam sudah barang tentu segala gerak organisasinya berazaskan Islam. Apalagi tujuan organisasinya sedikit banyak menyinggung ukhuwah Islamiyah, dakwah Islamiyah dan sebagainya.

### 4) Hari-hari besar Islam

Tradisi umat Islam Indonesia setiap peringatan hari besarnya secara seksama mengadakan upacara-upacara. Upacara peringatan hari besar Islam dilaksanakan diberbagai tempat, di istana Negara, kantor-kantor, sampai di daerah-daerah pelosok pedesaan.

### 5) Media Massa

Media massa meliputi: radio, televisi, surat kabar, tabloid, majalah, pamphlet maupun leaflet dan lain sebagainya.<sup>10</sup>

Merujuk pada fungsi media massa yang merupakan produk dari sebuah *social institution* (lembaga kemasyarakatan) yang bernama pers yang menyajikan berbagai informasi kepada masyarakat mengenai fenomena yang senantiasa terjadi di masyarakat. Maka media massa juga mempunyai peluang yang sangat besar untuk memainkan peranannya sebagai media dakwah. Hal itu dapat diwujudkan apabila pers sebuah institusi yang memproduksi media massa lalu dan mampu menandakan visi dan misinya sebagai lembaga yang berusaha

---

<sup>10</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983) Hal. 168-180

memproduksi media massa yang menyajikan informasi yang mengandung nilai-nilai religi (agama) yang disesuaikan dengan masalah-masalah yang kerap kali mewarnai kehidupan masyarakat, baik menyangkut masalah politik, sosial, ekonomi, pendidikan, kesehatan, maupun pelbagai sektor kehidupan lainnya.

Dalam upaya mewujudkan media massa sebagai media dakwah tersebut. Maka di samping dalam menyajikan informasi harus bersifat jujur, mendidik dan amanah, pers sebagai lembaga-lembaga penerbitan media massa juga dituntut untuk senantiasa menitik beratkan visi dan misinya dengan merujuk pada al-Qur'an dan hadits.<sup>11</sup> Hal itu mesti dilakukan guna menekankan titik perbedaan antara media massa umum (media massa yang tidak berbasis dakwah) dengan media massa Islami (media massa yang berorientasi untuk membumikan nilai-nilai yang terkandung dalam ajaran agama Islam) meskipun sama-sama menyajikan informasi yang terjadi di tengah-tengah kehidupan masyarakat, tetapi perbedaannya yang cukup tajam terletak pada dasar filosofinya. Media massa Islami melandaskan dasar filosofinya pada al-Qur'an dan hadits. Jadi dengan sendirinya komunikasi Islam (Islami) terikat pada pesan khusus, yaitu dakwah karena al-Qur'an yang berisi tentang petunjuk bagi seisi alam dan juga memuat tentang *warning*

---

<sup>11</sup> R. Agus Toha Kuswata & Kuswara Suryakusuma, *Komunikasi Islam Dari Zamanke Zaman* (Jakarta: Arikha Media Cipta, 1990), Hal, 102

(peringatan) dan *reward* (penghargaan) bagi manusia yang beriman dan berbuat baik.<sup>12</sup>

## 2. Pesan Dakwah

Pesan dakwah adalah sesuatu yang disampaikan komunikator kepada komunikan, yang berisi tentang amar ma'ruf nahi mungkar (menyeru manusia kepada kebaikan dan mencegah kepada kemungkaran). Sesuatu yang disampaikan bukan hanya melalui ucapan akan tetapi dapat juga berupa tulisan, dan lain sebagainya yang berisikan amar ma'ruf nahi mungkar. Semua itu sudah termasuk pesan dakwah.

Pada dasarnya pesan dakwah (materi) yang akan disampaikan tergantung pada tujuan dakwah yang hendak dicapai. Namun secara global dapatlah dikatakan bahwa materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga hal pokok yaitu:

### 1. Masalah akidah (keimanan)

Akidah dalam Islam adalah bersifat I'tiqod bathiniyah yang mencakup masalah-masalah yang erat hubungannya dengan rukun iman. akidah ini bukan saja pembahasannya tertuju pada masalah-masalah yang wajib diimani, akan tetapi materi dakwah meliputi juga masalah-masalah yang dilarang oleh sebagai lawannya, misalnya syirik (menyekutukan adanya Tuhan), ingkar dengan adanya tuhan, dan sebagainya.

---

<sup>12</sup> A. Muis, *Komunikasi Islami*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), Hal. 66

## 2. Masalah syariah (keIslaman)

Syariah dalam Islam adalah hubungan erat dengan amal lahir (nyata) dalam rangka mentaati semua aturan atau hukum Allah guna mengatur hubungan antara manusia dengan Tuhannya dan mengatur pergaulan hidup antara sesama manusia. dengan adanya materi syariah ini maka tatanan sistem dunia akan teratur dan sempurna. materi dakwah dalam bidang syariah ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang benar, pandangan yang jernih, sehingga umat tidak terperosok kedalam kejelekan.

## 3. Masalah akhlaqul karimah (budi pekerti)

Akhlak adalah suatu ilmu yang menjelaskan arti baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia kepada yang lainnya menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia dalam perbuatan mereka yang menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat.<sup>13</sup>

Materi akhlaq dalam Islam adalah mengenai sifat dan cerita perbuatan manusia serta sebagai kewajiban yang harus dipenuhi. Maka materi akhlaq membahas tentang norma luhur yang harus menjadi jiwa dari perbuatan manusia, serta tentang etika atau tata cara yang harus dipraktekkan dalam perbuatan manusia sesuai dengan jenis sasarannya.

---

<sup>13</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Lisan*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), Hal 60-63

Secara normatif, Al-Qur'an telah memberikan petunjuk tentang penempatan dakwah dalam kerangka pers dan proses. Surat ke-33 (Al-Ahzab) ayat 45-46, antara menjelaskan fungsi-fungsi yang seharusnya diperankan oleh dakwah:

يَتَأْتِيهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا ﴿٤٥﴾ وَدَاعِيًا إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ  
وَسِرَاجًا مُنِيرًا ﴿٤٦﴾

Artinya: *Hai nabi, Sesungguhnya kami mengutusmu untuk jadi saksi, dan pembawa kabar gembira dan pemberi peringatan, Dan untuk jadi penyeru kepada agama Allah dengan izin-Nya dan untuk jadi cahaya yang menerangi.*

Kedua ayat di atas mengisyaratkan sekurang-kurangnya lima peran dakwah.

*Pertama*, dakwah berperan sebagai *syaahidan*. Dakwah adalah saksi atau bukti ketinggian dan kebenaran ajaran Islam, khususnya melalui keteladanan yang diperankan oleh pemeluknya

*Kedua*, dakwah berperan sebagai *mubassyiran*. Dakwah adalah fasilitas penghibur bagi mereka yang meyakini kebenarannya.

*Ketiga*, dakwah berperan sebagai *nadziran*. Sejalan dengan perannya sebagai pemberi kabar gembira, dakwah juga berperan sebagai pemberi peringatan. Ia senantiasa berusaha mengingatkan para pengikut Islam untuk tetap konsisten dalam kebajikan dan keadilan sehingga tidak mudah terjebak dalam kesesatan.

*Keempat*, dakwah berperan sebagai *daa'iyah il Allah*. Dakwah adalah panglima dalam memelihara keutuhan umat sekaligus membina kualitas umat sesuai idealisasi peradaban yang dikehendakinya.

*Kelima*, dakwah berperan sebagai *siraa'jan muniira*. Sebagai akumulasi dari peran-peran sebelumnya, dakwah memiliki peran sebagai pemberi cahaya yang menerangi kegelapan sosial atau kegelapan spiritual. Ia menjadi penyejuk ketika umat menghadapi berbagai problem yang tak pernah berhenti melilit kehidupan manusianya.<sup>14</sup>

### 3. Media Massa

Media massa adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan secara serentak kepada khalayak banyak yang berbeda-beda dan tersebar di berbagai tempat. Alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan itu sendiri bisa berupa media cetak dan elektronik. Dimana kedua alat ini tidak lepas dari dunia pers. Karena tidak dipungkiri media massa merupakan produk dari pers. Dengan kata lain, pers merupakan sebutan dari suatu nama institusi sosial yang memproduksi media massa.

Sedangkan fungsi media massa adalah terdiri dari dua hal penting yaitu fungsi pendidikan (education) dan informasi.

Merujuk pada penjelasan mengenai media massa, pers dan komunikasi massa, dapat disimpulkan bahwa media massa adalah media

---

<sup>14</sup> Asep Saeful Muhtadi & Agus Ahmad Safei, *Metode Penelitian Dakwah*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2003), H.17-18

komunikasi massa yang merupakan produk dari pers yang menyajikan berbagai informasi kepada masyarakat mengenai fenomena-fenomena atau gejala-gejala sosial yang terjadi di tengah-tengah kehidupan masyarakat sendiri. Baik yang menyangkut masalah sosial, ekonomi, budaya, politik maupun berbagai sector kehidupan masyarakat lainnya. Sedangkan pers merupakan sebutan atau nama dari lembaga yang memproduksi media massa. Selanjutnya media massa dan pers merupakan media (perantara) terjadinya proses komunikasi massa.

Dengan adanya kehadiran media massa sebagai media yang berfungsi menyajikan informasi kepada masyarakat mengenai berbagai hal yang terjadi di tengah-tengah kehidupan ada beberapa keuntungan yang dapat diperoleh dari keberadaan media massa tersebut.

*Pertama*, kehadiran media massa dapat digunakan sebagai salah satu media yang mampu memberikan informasi kepada masyarakat, baik secara pendidikan, hiburan, maupun pencerahan.

*Kedua*, kehadiran media massa di tengah-tengah kehidupan masyarakat dapat dimanfaatkan sebagai media komunikasi yang cukup efektif antara berbagai lapisan masyarakat di berbagai penjuru wilayah.

*Ketiga*, kehadiran media massa dapat difungsikan sebagai alat *social control* (kontrol sosial) yang cukup efektif, baik yang menyangkut hasil karya, karsa dan cipta masyarakat maupun hal-hal yang berkaitan dengan kebijakan pemerintah sebagai pemegang otoritas penuh dalam



kehidupan berbangsa dan bernegara, dengan prasyarat media massa harus mampu bersikap independent.

*Keempat*, media massa juga dapat difungsikan sebagai sarana untuk meminimalisir jumlah angka pengangguran yang ada di masyarakat dengan cara merekrut dan memberdayakannya sebagai crew (sumber daya manusia) dalam media massa yang bersangkutan. Mengingat betapa urgensinya (pentingnya keberadaan media massa) keberadaan media massa di tengah-tengah kehidupan masyarakat tersebut, maka kehadiran media massa sangat urgen untuk terus dilestarikan dan dikembangkan di tengah-tengah kehidupan mereka.

Dalam proses berjalannya fungsi media massa sebagai sebuah media antara komponen masyarakat luas, media massa telah mampu mencari dan sekaligus menyajikan berbagai informasi kepada masyarakat yang berkaitan dengan gejala-gejala atau fenomena-fenomena sosial yang kerap kali terjadi di dalam relung kehidupan masyarakat.

#### **4. Tabloid Sebagai Media Dakwah**

Menurut Onong Uchyana, tabloid adalah surat kabar yang berukuran separoh dari ukuran standar yang biasanya memuat berita yang sensasional.<sup>15</sup>

Menurut Teguh Mainenda dalam buku pengantar ilmu komunikasi, menyatakan tabloid adalah Koran yang terbit dengan oplah yang kecil.

---

<sup>15</sup> Onong Uchyana, *Kamus Komunikasi* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1989), Hal. 355

Pendapat di atas dapat diambil kesimpulan bahwa tabloid merupakan surat kabar yang berukuran dan oplahnya kecil, dengan demikian berarti tabloid adalah salah satu bagian dari media massa.

Tabloid dapat dijadikan sebagai media dalam berdakwah, para da'i dapat menyampaikan pesan dakwah ataupun ide-idenya melalui tabloid. Dengan memanfaatkan berbagai kolom atau rubrik yang ada dalam tabloid tersebut. Hal ini karena dakwah melalui media massa jauh lebih efektif dan efisien, terutama bagi khalayak (mad'u) yang sibuk seperti sekarang ini. Karena mad'u yang sibuk dengan segala aktifitasnya tidak mungkin untuk mengikuti atau mendengarkan secara langsung pesan-pesan da'i dalam sebuah mimbar. Maka dari itu, tabloid sangat diperlukan. Sehingga semua pesan dakwah dapat tersampaikan ke seluruh pelosok bumi ini.

Begitu pula dengan tabloid modis, tabloid ini merupakan salah satu bentuk media massa cetak yang di dalamnya memuat beberapa rubrik, seperti rubrik gaya Islami, relax, make up, profil, kuliner, kepribadian dan masih banyak lagi.

Ada beberapa komponen dalam tabloid, diantaranya adalah:

a. Komunikator

Yang dimaksud komunikator di sini adalah orang yang menyampaikan sebuah berita atau informasi dalam kegiatan komunikasi, yaitu redaksi (meliputi: wartawan, editor tabloid modis).

b. Pesan

Pesan adalah isi atau materi yang disampaikan dalam berita tersebut, pesan yang disajikan harus mengandung nilai-nilai yang dapat membangkitkan perhatian khalayak. Sehingga jika salah mengambil pesan dapat mengakibatkan keberadaan tabloid akan terancam.

Adapun pesan dalam penelitian ini adalah apa yang ada dalam rubrik modis, yang berisi tentang amar ma'ruf nahi mungkar (menyeruh manusia kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran).

c. Komunikan

Komunikasn disini adalah pembaca atau orang yang mengkonsumsi berita. Dimana komunikan dalam penelitian ini adalah seluruh pembaca tabloid modis.

## **B. Kajian Teoretik**

Merujuk pada kajian pustaka yang telah dijelaskan di atas, maka pada kajian ini menjelaskan model kajian teoretik yang berfungsi sebagai penuntun alur dalam penelitian ini, yaitu tentang "pesan dakwah dalam media cetak tabloid modis (analisis isi pubrik profil edisi 22 Januari – 27 April 2009).

Dalam membangun model analisisnya Roger Fowler, Robert Hodge, Gunther Kress, dan Tonny Trew (dan kawan-kawan) terutama mendasarkan pada penjelasan Halliday mengenai struktur dan fungsi bahasa. Fungsi dan strukutur bahasa ini menjadi dasar struktur tata bahasa itu menyediakan alat

untuk dikomunikasikan kepada khalayak. Apa yang dilakukan oleh Fowler dan kawan-kawan, adalah meletakkan tata bahasa dan praktik pemakainya tersebut untuk mengetahui praktik ideologi. Berikut akan diuraikan beberapa elemen yang dipelajari oleh Fowler dan kawan-kawan, antara lain :

a. Kosakata

Bahasa sebagai sistem klasifikasi. Bahasa menggambarkan bagaimana realitas dunia dilihat, memberi kemungkinan seseorang untuk mengontrol dan mengatur pengalaman pada realita sosial.

b. Tata Bahasa

Roger Fowler dan kawan-kawan, memandang bahasa sebagai satu set kategori dan proses, kategori yang penting disebut sebagai "Model" yang menggambarkan hubungan antara obyek dengan peristiwa.

c. Kerangka Analisis

Bahasa yang dipakai oleh media bukanlah sesuatu yang netral, tetapi mempunyai aspek atau nilai ideologi tertentu. Permasalahan pentingnya disini adalah bagaimana realitas itu dibahasakan oleh media. Realitas itu bisa berarti bagaimana peristiwa dan aktor-aktor yang terlibat dalam peristiwa itu direpresentasikan dalam pemberitaan melalui bahasa yang dipakai. Bahasa sebagai representasi dari realitas tersebut bisa jadi berubah dan berbeda sama sekali dibandingkan dengan realitas yang sesungguhnya.

Ada dua hal yang bisa diperhatikan. *Pertama*, pada level kata. Bagaimana peristiwa dan actor-aktor yang terlibat dalam peristiwa tersebut



	<p>kata.</p> <p>Misalnya, dalam berita mengenai kekerasan terhadap wanita, bagaimana peristiwa itu dijelaskan lewat kalimat? Apakah wanita sebagai korban dan laki-laki sebagai pelaku, dan apakah laki-laki digambarkan sebagai pihak yang berdosa atau tidak.</p>
--	---

Roger Fowler dan kawan-kawan. Menggambarkan teks berita dalam rangkaian bagaimana ia ditampilkan dalam bahasa. Dan bagaimana bahasa yang dipakai itu membawa konsekuensi tertentu ketika diterima oleh khalayak. Roger Fowler dan kawan-kawan, memerhatikan konteks. Dari perspektif system abstrak menuju interaksi antara bahasa dan konteks, tata bahasa tertentu-dipahami dan dikritisi kehadirannya yang disesuaikan dengan konteks dimana teks itu hadir.

Berdasarkan kajian teoritik di atas, dapat dijelaskan bahwa dengan melakukan analisis isi terhadap tabloid modis, khususnya rubrik "profil", dapat diketahui apakah pesan-pesan komunikasi yang terdapat dalam kolom rubrik "profil" tersebut mengandung pesan-pesan dakwah.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*, (Yogyakarta: LKIS, 2003), h.164-166

### C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Sebelum melakukan penelitian, peneliti mengumpulkan berbagai skripsi yang terkait dengan penilaian ini, khususnya penelitian dalam media cetak yang pernah disusun oleh beberapa peneliti sebelumnya, antara lain:

1. M. Fatkhur Rahman, mahasiswa jurusan KPI fakultas Dakwah yang menyelesaikan skripsinya tahun 2007. Mengangkat judul “Pesan Dakwah Tabloid Nurani (Analisis Isi Rubrik Kisah Hikmah Edisi 317- 320 Februari 2007)”. Masalah yang diteliti ialah bagaimana makna pesan yang terkandung dalam rubrik kisah hikmah pada tabloid Nurani pada edisi 317-320. Kesamaan pada penelitian ini adalah sama-sama menganalisis media cetak dan menggunakan analisis isi.
2. Sujarwo, mahasiswa jurusan KPI fakultas Dakwah tahun 2005. Menyelesaikan skripsinya dengan judul “Analisis Isi Rubrik Dialog Muallaf Tabloid modis Edisi 125-138. Kesamaan pada skripsi ini ialah sama-sama menganalisis isi pada media cetak. Penelitian ini menggunakan content analisis yang menjabarkan secara umum makna yang terkandung dalam rubrik tersebut.
3. Farhan, mahasiswa jurusan KPI fakultas Dakwah tahun 2008. dengan judul “Analisis Isi Rubrik Konsultasi Sufistik Tabloid Posmo Edisi 444-447 November 2007”. Masalah yang diteliti bagaimana pesan dakwah yang terdapat dalam rubrik konsultasi sufistik tabloid Posmo edisi 444-447 November 2007”. Kesamaan penelitian tersebut ialah sama-sama menganalisis pesan media cetak.

4. Nur Rohmawati, mahasiswi jurusan KPI fakultas dakwah tahun 2004. Mengangkat judul tentang “Rubrik Tanya Jawab Islam Sehari-Hari Pada Surat Kabar Harian Bangsa (Analisis Isi Rubrik Tanya Jawab Islam Sehari-Hari Tentang Perkawinan Pada Surat Kabar Harian Bangsa Edisi April-Mei 2004). Fokus penelitian adalah bagaimana kategori penyajian rubrik Tanya jawab Islam sehari-hari tentang perkawinan pada surat kabar harian bangsa edisi April-Mei 2004 ditinjau dari jenis penelitiannya. Kesamaan dari penelitian ini adalah menganalisis isi pesan media cetak.
5. Mahfudhotin, mahasiswi jurusan KPI fakultas Dakwah tahun 2005. mengangkat judul “Analisis Isi Kolom Qolbu Surat Kabar Harian Surya Tanggal 14 Oktober – 12 November 2004”. Fokus penelitiannya adalah materi atau pesan dakwah yang terkandung dalam kolom qolbu surat kabar Harian Surya tanggal 14 Oktober-12 November 2004. Kesamaan pada skripsi ini ialah sama-sama menganalisis isi pada media cetak

Dari penelitian di atas, semua menggunakan analisis isi dalam mengangkat materi atau kesan. Pada penelitian ini, penulis melakukan hal yang serupa. Namun, peneliti memiliki pertimbangan lain dalam mengangkat permasalahan tersebut.

Diantara perbedaan yang menonjol antara peneliti dengan penelitian terdahulu diantaranya adalah:

1. Menggunakan analisis teks media yang ada pada analisis isi.
2. Menggunakan salah satu rubrik yang ada pada tabloid modis.
3. Rubrik profil belum pernah diteliti oleh peneliti sebelumnya.