

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya dakwah adalah menyeru pada kebenaran dan menjauhi kebatilan. Di tinjau dari etimologi (bahasa) dakwah berasal dari bahasa Arab yang berarti panggilan, ajakan atau seruan. Sedangkan menurut Hamzah yaqub, dakwah ialah mengajak manusia dengan hikmat kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan rasul-Nya.¹

Namun, istilah dakwah mengandung makna sebagai suatu aktivitas menyampaikan ajaran Islam, menyuruh berbuat kebaikan dan mencegah perbuatan mungkar. Dan kini, dakwah mulai berkembang mengikuti perkembangan zaman. Dakwah bukan hanya dilakukan di atas mimbar, tetapi telah menjangkau media-media yang telah maju pesat. Bahkan telah dapat kita temui di segala media, mulai dari media cetak yang berupa novel, majalah, koran, dan di radio, TV, hingga yang paling mutakhir adalah dakwah melalui internet. Tapi belakangan, yang sedang marak di masyarakat ialah dakwah melalui film, hingga para sutradara Indonesia mulai berlomba memproduksi film-film bertemakan religi.

Dengan perkembangan yang dirasa cukup pesat, maka saat ini para Owner media cetak bersaing untuk menyediakan kolom atau rubrik khusus yang berisi tentang pengetahuan Islam. Untuk tetap memenuhi kebutuhan

¹ Asmusi Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah*, (Al-Ikhlas, Surabaya, 1983), hlm. 17-19

konsumen akan bacaan rohani dan untuk mempertahankan minat bekli konsumen. Hal ini tentunya menjadi proyek besar untuk para wartawan Indonesia selaku ujung tombak media cetak. Para wartawan harus mempunyai pengetahuan khusus tentang Islam secara khusus. Hal ini harus dilakukan, bukan hanya semata-mata untuk mempertahankan minat baca konsumen. Tetapi lebih dalam dapat menyelipkan nilai-nilai dakwah Islam dalam kehidupan sehari-hari sungguh merupakan harapan besar bagi umat Islam. Dari sana akan ada peluang untuk membumikan ajaran Islam lewat bacaan ataupun tontonan.

Apalagi pada era informasi sekarang ini, fasilitas media telah memadai, mengikuti perkembangan zaman. Maka tidak saja media cetak Islam yang menyediakan kolom khusus untuk pengetahuan Islam. namun saat ini media cetak Islam pun telah bermunculan di Indonesia. Di sini pula di temukan PR bagi para wartawan, dengan semakin banyaknya media cetak yang bermunculan, maka para wartawan harus bersaing untuk mempertahankan minat baca para konsumen. Salah satu caranya adalah bagaimana pesan dakwah dikemas dalam suatu bacaan yang mudah dimengerti oleh pembaca dan menarik.

Bila berbicara tentang cara pengemasan pesan dakwah, maka sekarang ini banyak pesan dakwah yang dikemas dalam berbagai bentuk agar lebih menarik seperti, dikemas dalam artikel, tanya jawab, dan cerita. Seperti tabloid Nurani yang mengemas pesan dakwah dalam bentuk artikel, cerita , dan tanya jawab. Sedangkan koran Harian Bangsa menyediakan kolom khusus

untuk pesan dakwah yang dikemas dalam bentuk tanya jawab dan cerita, seperti halnya majalah Al-Falah terbitan YDSF (Yayasan Dana Sosial Al-Falah). Majalah ini mengemas pesan dakwah tentang shodaqoh dalam bentuk cerita. Seperti rubrik Fenomena Zakat yang berisi tentang cerita nyata dari para donatur YDSF. Rubrik inilah yang akan diteliti.

Pada masa ini jurnalistik seakan bukan hanya sebatas mencari suatu informasi, kemudian dikemas untuk dipublikasikan. Karena komunikasi dapat merangkul segala bidang kehidupan, karena salah satu peran komunikasi adalah sebagai penambah pengetahuan untuk masyarakat.

Apalagi di era informasi sekarang ini, fasilitas media massa yang memadai, mengikuti perkembangan zaman. Dengan memanfaatkan media massa sekarang ini, dakwah Islam telah dapat kita temui di segala media, mulai dari media cetak yang berupa majalah, koran, novel, dan di radio, TV, Internet, dan yang paling mutakhir saat ini adalah dakwah melalui Film yang sedang marak di masyarakat.

Majalah Al – Falah terdiri dari beberapa rubrik diantaranya: pada pembukaan halaman terdapat rubrik Salam, kemudian rubrik Do'a dan Tahukah Kamu, rubrik Agama, rubrik Tamu Kita, kemudian rubrik Bijja, Uswah, Info Layanan Donatur, MQ, Serambi, Dialog Agama, Klinik, Tips Parenting, rubrik Muallaf, yang bercerita tentang kisah seseorang yang mendapatkan hidayah dari Allah, ada pula rubrik Adocil dan Kadocil yang memuat kisah tentang akhlak yang di rangkai dalam cerita bergambar serta

memuat karya anak-anak donatur beserta identitas mereka. Dan pada halaman 21 terdapat rubrik Fenomena Zakat yang akan penulis teliti.

Peneliti mengangkat tema zakat dengan alasan mendasar bahwa pada realita di masyarakat, zakat sering di lupakan, Dan hanya di tunaikan pada bulan Ramadhan. Padahal zakat merupakan hal penting dalam kehidupan sosial masyarakat. Selain itu dengan harapan, mungkin dengan adanya penelitian tentang rubrik Fenomena Zakat ini, pembaca dapat tergerak hatinya untuk meniru kisah nyata tersebut, kemudian menunaikan zakat.

Peneliti menggunakan analisis wacana untuk mengetahui maksud dibalik pemakaian kata dalam mengungkapkan kisah – kisah dalam rubrik Fenomena Zakat. Untuk itulah penulis memakai judul ”PESAN DAKWAH TENTANG KESADARAN BERSHODAQOH (Analisis Wacana Rubrik Fenomena Zakat di Majalah Al- Falah edisi 242 Mei 2008 – 251 Februari 2009)”

B. Rumusan Masalah

Untuk pembahasan lebih lanjut dalam penelitian ini, maka rumusan masalahnya sebagai berikut:

Bagaimana pesan dakwah dalam rubrik Fenomena Zakat di majalah Al- Falah Edisi 242 Mei 2008 – 251 Pebruari 2009 ?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pesan Dakwah dalam rubrik Fenomena Zakat di majalah Al- Falah edisi 242 Mei 2008- 251 Februari 2009 disampaikan.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoretik

Penelitian ini dilakukan untuk perkembangan pengetahuan tentang zakat bagi umat Islam dan bagi keberlangsungan majalah Al-Falah.

2. Secara Praksis

- a. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pengetahuan bagi penulis secara pribadi.
- b. Penelitian ini merupakan kontribusi bagi pembaca untuk menambah pengetahuan tentang zakat dan sumbangan keilmuan bagi mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, khususnya peminat media cetak
- c. Penelitian ini merupakan kritik untuk majalah Al-Falah.

E. Definisi Konseptual

Agar terhindar dari kekaburan pemahaman dan guna mempersamakan interpretasi, maka di bawah ini akan diuraikan sedikit tentang beberapa konsep dalam penelitian ini:

1. Analisis Wacana

Analisis wacana dimaksudkan sebagai suatu analisis untuk membongkar maksud – maksud dan makna tertentu.

Wacana adalah suatu upaya mengungkapkan maksud tersembunyi dari sang subyek yang mengemukakan suatu pernyataan.²

2. Fenomena Zakat

Merupakan salah satu kolom yang terdapat dalam majalah Al-Falah. Dalam kolom ini menyajikan kisah nyata dari para donatur, atau pengalaman pribadi, maupun niat tertentu yang terkandung dalam zakat.

3. Al – Falah

Merupakan majalah bulanan yang di bidani oleh Yayasan Dana Sosial Al – Falah (YDSF). Suatu yayasan yang bergerak di bidang sosial dengan tujuan mengumpulkan dan umat Islam dan membagikannya untuk aktifitas dakwah dan pendidikan Islam. Majalah ini di terbitkan untuk menjalin silaturahmi antar donatur, dan sebagai laporan keuangan tiap bulan, serta menambah pengetahuan agama Islam.

Al – Falah bertempat di Graha Zakat Jl. Kertajaya VIII – C/ 17 Surabaya di bawah pimpinan redaksi Khoirul Anam. Untuk mencapai tujuannya, majalah ini bertempat di beberapa konsentrasi, di antaranya :

- a. Meningkatkan kualitas pendidikan
- b. Merealisasikan Dakwah Islamiyyah
- c. memberdayakan Da'i
- d. Menyantuni anak yatim.³

² Eriyanto, *Analisis Wacana*, (LKIS, Yogyakarta, 2001), hlm. 5

³ Al-Falah, *Cover Edisi 242*, Mei 2008

F. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah ini dan guna sistematisasi dalam pembahasannya, berikut ini adalah estimasi sistematika pembahasannya, yang terdiri dari:

Bab I Pendahuluan, bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep, serta sistematika pembahasan dalam penelitian ini.

Bab II Kerangka Teoretik, pada bab ini disajikan mengenai kajian pustaka, meliputi: konsep tentang pesan dakwah, kategorisasi pesan dakwah dan tentang wacana.

Bab III Metode Penelitian, membahas mengenai metode yang digunakan dalam upaya penelitian ini yang terdiri dari: pendekatan dan jenis penelitian, unit analisis, dan tahapan penelitian.

Bab IV Penyajian Dan Analisis Data, pada bab ini disajikan pembahasan mengenai deskripsi obyek penelitian, penyajian data tentang pesan dakwah yang terdapat dalam rubrik Fenomena Zakat edisi 242 Mei 2008 – 251 Februari 2009, analisis data tentang pesan dakwah yang terdapat dalam rubrik yang sama, dan juga disajikan pembahasan mengenai pesan dakwah yang terdapat dalam rubrik Fenomena Zakat edisi 242 Mei 2008 – 251 Februari 2009 di Majalah Al-Falah.

Bab V Penutup, di dalamnya berisi kesimpulan dan saran