

BAB II

KERANGKA TEORETIK

A. Kajian Pustaka

1. Konsep Tentang Pesan Dakwah

Pesan dakwah adalah hal yang disampaikan dalam dakwah, kerap kali disebut materi dakwah. Wardi Bachtiar menyatakan materi dakwah adalah al-Islam yang bersumber dari Qur'an dan hadits sebagai sumber utama yang meliputi aqidah, syari'ah dan akhlak dengan berbagai macam cabang ilmu yang diperoleh darinya. Materi yang disampaikan da'i harus sesuai dengan metode, media, serta obyek dakwahnya.¹

Namun, istilah dakwah mengandung makna sebagai aktivitas menyampaikan ajaran Islam, menyuruh berbuat kebaikan dan mencegah perbuatan mungkar. Dan pada praktiknya, kegiatan dakwah melibatkan beberapa unsur, diantaranya:

a. Da'i (pelaku dakwah)

Ialah orang yang melaksanakan dakwah, baik secara lisan, tulisan maupun perbuatan yang dilakukan secara individu atau kelompok. Secara umum kata da'i sering disebut dengan muballigh.

b. Mad'u (penerima dakwah)

Yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah, atau manusia penerima dakwah, baik secara individu maupun kelompok. Dalam Al-Qur'an dijelaskan ada 3 tipe mad'u, yaitu, kukmin, kafir dan munafik.

¹ Wardi Bachtiar, *Metode Penelitian Dakwah*, hlm. 61.

Tapi pada dasarnya menggolongkan mad'u sama saja dengan menggolongkan manusia dari aspek profesi, ekonomi dan lainnya,

M. Abduh membagi mad'u menjadi 3 golongan, yaitu:²

- 1) Golongan cerdik cendekia yang cinta kebenaran
- 2) Golongan awam, yaitu orang yang dapat berfikir secara kritis dan mendalam, serta belum dapat menangkap pengertian yang tinggi.
- 3) Golongan yang berbeda dari kedua golongan tersebut, mereka senang membahas sesuatu, tetapi hanya dalam batas tertentu dan tak mampu membahasnya secara mendalam.

c. Maddah (Materi dakwah)

Ialah isi pesan dakwah atau materi dakwah yang di sampaikan da'i pada mad'u termasuk di dalamnya materi dakwah tentang Mu'amalah.

d. Wasilah (Media Dakwah)

Wasilah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah untuk menyampaikan materi dakwah pada mad'u. Hamzah Ya'qub membagi wasilah dakwah menjadi 5 macam yaitu; lisan, tulisan (bil qalam), lukisan, audio visual, dan akhlak atau lebih dikenal dengan bil-haal.

e. Thariqah (Metode)

Yaitu cara yang di tempuh untuk menyampaikan materi dakwah. Telah tercantum dalam Al-Qur'an(An-Nahl ayat 125), yaitu:

² M. munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarya, Rahmad Semesta,2004) h. 21-23

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.*³

f. Atsar (Efek)

Dalam setiap aktivitas dakwah yang dilakukan da'i dengan materi dakwah, wasilah dan thariqoh pasti akan menimbulkan efek (atsar) pada mad'u

M. Munir dan Wahyu Ilaihi dalam bukunya "Manajemen Dakwah" menyebutkan istilah lain dari materi dakwah yang di sebut dengan maddah, materi dakwah ialah isi pesan yang di sampaikan da'i pada mad'u dalam hal ini, maddah berisi ajaran Islam itu sendiri.⁴

Asmuni Syukir mengklasifikasikan materi dakwah menjadi 3 yaitu:

a. Aqidah

Dalam Islam, aqidah bersifat *I'tiqad bathiniyah* yang mencakup masalah yang erat hubungannya dengan rukun iman.

b. Syariah

Syariat erat hubungannya dengan amal atau perbuatan menaati hukum Allah untuk mengatur hubungan antar manusia dengan tuhanNya dan pergaulan hidup antar manusia. Materi dakwah tentang

³ Al-Qur'an' dan terjemahnya, CV. Karya Utama , 2000 Surabaya

⁴ M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, hlm. 24

syariah harus memberikan informasi yang jelas di bidang hukum dalam bentuk status hukum yang bersifat wajib, makruh, mubah, dan haram.

c. Akhlak

Masalah akhlak dalam aktifitas dakwah merupakan pelengkap, dalam artian, akhlak sebagai pelengkap keimanan seseorang. Bukan berarti materi dakwah tentang akhlak tidak penting, tetapi akhlak adalah penyempurna keimanan.⁵

M. Munir dan Wahyu Ilaihi menambahkan satu kategori yang dianggap penting untuk materi dakwah, yaitu mu'amalah, Islam adalah agama yang lebih menekankan urusan mu'amalah yang mempunyai porsi lebih besar dari urusan ibadah, mu'amalah disini adalah ibadah yang mencakup hubungan dengan Allah. Untuk itulah ibadah yang mengandung segi kemasyarakatan ganjarannya lebih besar dari ibadah yang bersifat perorangan.⁶

2. Kategorisasi Pesan Dakwah

Unsur yang selalu ada dalam proses dakwah atau isi materi dakwah, dalam hal ini sudah jelas yang menjadi pesan dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri, meliputi Aqidah, Syari'ah, Mu'amalah serta Akhlak. Menurut KH. Ali Yafie menyebutkan lima pokok materi atau pesan dakwah, yaitu:⁷

⁵ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah*, hlm. 60-62

⁶ M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen dakwah*, hlm. 27-28

⁷ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta, Prenada Media, 2004) h. 94-96

a. Masalah Kehidupan

Dakwah memperkenalkan dua jenis kehidupan, yaitu, kehidupan di dalam dunia yang terbatas ruang dan waktu dan kehidupan akhirat yang tidak terbatas dan kekal abadi sifatnya.

b. Masalah Manusia

Dakwah menjelaskan bahwa manusia adalah makhluk yang mulia dengan dua status, yaitu, maksum dan mukallaf. Maksum adalah manusia memiliki hak hidup, hak berketurunan dan lain-lain. sedangkan Mukallaf menerangkan manusia yang memiliki kehormatan untuk mengemban amanat yang mencakup:

- 1) Pengenalan yang benar dan pengabdian yang tulus pada Allah
- 2) Pemeliharaan dan pengembangan dirinya dalam perilaku dan perangai yang luhur
- 3) Memelihara hubungan yang baik, yang damai, dan rukun dengan lingkungannya (*social natural*)

c. Masalah Harta Benda

Dakwah berusaha menunjukkan bahwa harta adalah sesuatu yang dibutuhkan dalam kehidupan dan berusaha memilikinya diperkenankan namun, mau berinfak dan berzakat dengan harta tersebut untuk kemaslahatan masyarakat harus di utamakan.

d. Masalah Ilmu Pengetahuan

Dakwah menerangkan pentingnya ilmu pengetahuan dan bahwa Islam menetapkan menuntut ilmu sebagai suatu kewajiban bagi manusia.

Keempat masalah di atas harus berpangkal pada masalah aqidah Islamiyah.

Mengenai risalah- risalah Allah ini, Moh. Natsir membaginya menjadi 3 bagian pokok. yaitu: ⁸

- 1) Menyempurnakan hubungan manusia dengan kholiq, *hablumminallah*
- 2) Menyempurnakan hubungan manusia dengan manusia, *hablumminannaas*.
- 3) Mengadakan keseimbangan (*tawazun*) antara kedua itu dan mengaktifkan keduanya sejalan dan terjalin.

Sebagaimana pesan dalam sebuah komunikasi yang bisa penuh dengan muatan yang terpaut erat dengan nilai-nilai keilahian, ideologi, di dalamnya ada nilai-nilai keilahian baik secara tersurat maupun tersirat.⁹

3. Sekelumit Tentang Majalah

a. Pengertian Majalah

Sudah banyak media komunikasi yang dikenal masyarakat baik berupa cetak dan elektronik. Salah satu diantaranya ialah majalah. Majalah adalah sebuah penerbitan berkala yang terbit secara teratur dan sifat isinya tak menampilkan pemberitaan atau sari berita,

⁸ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta, Gaya Media Pratama, 1997) h. 42

⁹ Aep Kusnawan, *Komunikasi Penyiaran Islam*, (Bandung, Benang Merah Press, 2004) h.

melainkan berupa artikel atau bersifat pembahasan yang menyeluruh dan mendalam.¹⁰

Pengertian berkala dapat diartikan secara harfiah pula. Sehingga acapkali disebut sebagai surat kabar harian, surat kabar mingguan, surat kabar bulanan, dan seterusnya. Untuk menghindari kerancuan pengertian majalah dan surat kabar, diperlukan adanya pembatasan pengertian. Dan yang bisa disebut majalah adalah:¹¹

- 1) Media cetak yang terbit berkala, tapi bukan terbit setiap hari
- 2) Media cetak itu bersampul, setidaknya-tidaknya punya wajah dan dirancang secara khusus.
- 3) Media cetak itu dijilid, sekurang-kurangnya memiliki jumlah halaman tertentu.
- 4) Media cetak itu harus berformat tabloid, atau saku, atau berformat konvensional sebagaimana format majalah yang kita kenal selama ini.

Sehingga, dapat di simpulkan bahwa majalah merupakan suatu media informasi yang berbentuk buku yang bersampul serta dijilid yang berisi berbagai opini dan informasi. (sifat isinya tak menampilkan pemberitaan atau sari berita), artikel, cerita iklan, bahkan aspek kehidupan, majalah sebagai media informasi memiliki peranan yang

¹⁰ Aep Kusnawan, *Komunikasi dan Penyiaran Islam* (Bandung, Benang Merah Press 2006) h. 4

¹¹ Kurniawan Junaedi, *Rahasia Dapur Majalah Indonesia*, (Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, 1995) h. xiii

tidak kecil dalam upaya pemberdayaan masyarakat (*social empowering*)

b. Fungsi Majalah

Majalah merupakan media massa yang di gunakan sebagai alat penyalur komunikasi massa, maka dari itu fungsi majalah sama dengan fungsi komunikasi massa. Fungsi ini bisa bersifat mempengaruhi yang menyebabkan komunikasi massa berperan penting dalam kehidupan masyarakat. Fungsi mempengaruhi secara implisit terdapat pada tajuk rencana atau artikel.¹² Karena majalah merupakan salah satu bentuk media massa atau pers. Maka, pada hakekatnya fungsi dari majalah tersebut jauh dari fungsi pers yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Fungsi Menyiarkan (*To Inform*)

Menyiarkan informasi merupakan fungsi pers yang utama dan utama, khalayak pembaca berlangganan dan membeli surat kabar karena memerlukan memerlukan informasi mengenai berbagai hal di bumi ini, mengenai peristiwa yang terjadi, gagasan orang lain dan sebagainya.

2) Fungsi Mendidik (*To Educate*)

Sebagai sarana pendidikan massa (mass education), surat kabar dan majalah memuat tulisan-tulisan yang mengandung pengetahuan sehingga khalayak pembaca bertambah

¹² Onong Ucyana Effendi, *Ilmu Komunikasi Dalam Teori dan Praktek* (Bandung, Alumni, 1981)h. 149-150

pengetahuannya. Fungsi mendidik ini bisa secara implisit dalam bentuk artikel atau tajuk rencana, kadang-kadang cerita bersambung, atau berita bergambar juga mengandung aspek pendidikan.

3) Fungsi Menghibur (*To Entertain*)

Hal-hal yang bersifat hiburan sering dimuat oleh surat kabar dan ajalah untuk mengimbangi berita-berita berat (*hard news*) dan artikel-artikel yang berbobot. Isi surat kabar dan majalah yang bersifat hiburan bisa berbentuk cerita pendek, cerita bersambung, cerita bergambar, teka-teki silang, karikatur, tak jarang juga berita yang mengandung insani (*human interest*), dan kadang tajuk rencana. Meskipun pemuatan isi mengandung hiburan, itu semata-mata untuk melemaskan ketegangan pikiran setelah para pembaca dihidangi berita atau artikel berat.

4) Fungsi Mempengaruhi (*To Influence*)

Fungsi ini menyebabkan pesangon penting dalam kehidupan masyarakat. Fungsi mempengaruhi secara implisit terdapat pada tajuk rencana.

c. Tujuan Majalah

Dengan demikian media dakwah adalah segala sesuatu yang dipergunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan yang telah

ditentukan.¹³ Tidak mustahil majalah bisa mengatur manusia menuju puncak spiritual. Ia bisa menjadi jalan spiritual baru dalam rangkaian perjumpaan dengan tuhan. Banyak orang menemukan kepuasan spiritual atau menemukan kepuasan ketenangan batin melalui majalah. Maka, adanya komunikasi yang baik diharapkan akan terjadi :

- 1) Perubahan sikap (*attitude chage*)
- 2) Perubahan pendapat (*opinion chage*)
- 3) Perubahan perilaku (*behavior chage*)
- 4) Perubahan sosial (*socil chage*)

Perubahan tersebut adalah tujuan dari komunikasi.¹⁴ Dr. H. Bisri Affandi menyatakan bahwa yang diharapkan adalah perubahan dalam diri manusia baik secara kelakuan maupun aktual, baik pribadi maupun keluarga dan masyarakat. *Way of thinking* atau cara berfikirnya berubah, *way of life* atau cara hidupnya berubah menjadi lebih baik di tinjau dari segi kualitas maupun kuantitas. Yang dimaksud kualitas adalah nilai-nilai agama, sedangkan kuantitas adalah bahwa kebaikan yang bernilai agama itu semakin dimiliki banyak orang dalam segala situasi dan kondisi.¹⁵

4. Wacana

Dalam Analisis Teks Media, Alex Sobur menyatakan beberapa pengertian berbeda tentang wacana dari beberapa ahli. Ismail Murahimin

¹³ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya, Al-ikhlas, 1987) h. 63

¹⁴ Onon Ucyana Effendi, *Ilmu teoru Komunikasi Dala Teori dan Praktek*, (Bandung, Alumni, 1981) h. 55

¹⁵ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta, Prenada Media2004) h. 20

mengartikan wacana sebagai kemampuan untuk maju (dalam pembahasan) menurut urutan yang teratur dan semestinya. Henry Guntur Tarigan menyatakan “ Istilah Wacana digunakan untuk mencakup, bukan hanya percakapan atau obrolan, akan tetapi juga pembicaraan di muka umum seperti pidato dan seperti laporan ilmiah dan sandiwara. Sedangkan Samsuri menjelaskan bahwa wacana adalah rekaman kebahasaan yang utuh tentang peristiwa komunikasi, biasanya terdiri dari seperangkat kalimat komunikasi dalam hal ini dapat memakai bahasa lisan dan tulisan.¹⁶

B. Kajian Teoretik

Dalam penelitian Analisis Wacana ini, penulis menggunakan model Teun Van Dijk,¹⁷ yang biasa disebut “ Kognisi Sosial “. Istilah ini di adopsi dari pendekatan lapangan psikologi sosial, terutama untuk menjelaskan proses terjadinya teks.

Menurut Van Dijk, wacana terdiri dari beberapa tingkatan yang saling mendukung, yaitu:

1. Struktur Makro

Merupakan makna global dari suatu teks yang dapat dipahami dengan melihat topik dari suatu teks. Tema wacana ini bukan hanya isi tapi juga sisi tertentu dari suatu peristiwa.

¹⁶ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001) hlm. 9-10.

¹⁷ Teun Van Dijk adalah seorang profesor study ceramah di Universitas Amsterdam sampai tahun 2004. Pada mulanya ia melakukan pekerjaan pada puiis generatif, teks tata bahasa dan pemrosesan Psikologi, pekerjaan itulah dilakukan sejak tahun 1980, yang lebih mengambil sebuah kritik pola perspektif dan berhadapan langsung pada penyimpangan resisme, berita pers, Idiologi, ilmu pengetahuan serta konteks. ([www. Discourse-In- Society.org](http://www.Discourse-In-Society.org))

2. Superstruktur

Ialah kerangka suatu teks, yaitu bagaimana struktur dan elemen wacana itu di susun secara utuh.

3. Struktur Mikro

Adalah makna wacana yang dapat diamati dengan menganalisis kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, parafrase yang di pakai dan sebagainya.¹⁸

C. Kajian Terdahulu yang Relevan

Sebelum melakukan penelitian, peneliti terlebih dahulu mengumpulkan berbagai macam skripsi yang terkait dengan pemelitian ini, khususnya penelitian pada media cetak yang pernah di susun oleh penelit sebelumnya.

Skripsi yang di temukan peneliti yang ada kaitannya dengan skripsi yang ditulis, di antaranya:

1. Mainar Andina, mahasiswi jurusan KPI yang menyelesaikan skripsinya pada tahun 2008 dengan judul pesan dakwah melalui media cetak (Analisis Wacana kolom tanya jawab Islam sehari- hari halaman religia surat kabar Harian Bangsa edisi Januari 2008) masalah yang di teliti ialah apa isi pesan yang di sampaikan oleh kolom tersebut

¹⁸ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001). h. 73-74

2. Ida Nur Cahyaningsih, mahasiswi jurusan KPI, dengan judul pesan dakwah pada buletin Mayara. Peneliti ini juga menggunakan analisis wacana. Dalam rubrik kisah sahabat nabi edisi 2004 – Maret 2005 peneliti ini menganalisis pesan yang terkandung dalam kisah para sahabat
3. Nur Rahma Hidayati, mahasiswi jurusan KPI ini menyelesaikan skripsinya pada 2007 dengan judul analisis wacana kolom tasawuf majalah pembangunan agama edisi Mei – Agustus 2007.

Peneliti ini menganalisis pesan yang terkandung dalam kolom tasawuf yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada peneliti sebelumnya meneliti tentang kolom yang ada pada koran pembangunan agama. Sedangkan penelitian kali ini meneliti rubrik Fenomena Zakat yang ada pada majalah Al-Falah edisi 242 Mei 2008 – 251 Februari 2009.

Memang terdapat kesamaan pada penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Namun, yang membedakan adalah subyek yang diteliti adalah majalah, sedangkan pada penelitian di atas adalah koran dan buletin. Dan satu lagi yang membedakan adalah belum ada yang meneliti tentang pesan tentang Mu'amalah, terutama tentang zakat, seperti yang pada penelitian kali ini.