

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berdakwah melalui media cetak di era informasi sekarang ini sudah menjadi keharusan. Mengingat tidak selamanya komunikasi dapat mengikuti atau menghadiri jalannya tabligh secara langsung. Media cetak memiliki peran yang signifikan dalam rangka proses penyampaian dakwah. Dengan pesan tertulisnya membuat komunikasi memahami akan suatu hal yang terkandung dalam sebuah pesan dakwah. Langkah selanjutnya adalah informasi atau pesan dakwah itu harusnya menjadi sebuah informasi yang mampu dipahami oleh komunikasi yang pada akhirnya menjadi prinsip atau pedoman untuk menjalani kehidupan ini.

Era informasi sekarang ini merupakan tantangan sekaligus peluang bagi siar Islam. Para mubaligh, aktifis dakwah dan umat Islam pada umumnya yang memang terkena kewajiban secara syar'i melakukan dakwah islamiyah, selain tetap harus melakukan dakwah lisan dan dakwah bil hal dapat pula dan harus memanfaatkan media massa untuk melakukan dakwah bil qalam di media massa. Dalam dunia yang telah memasuki era informasi, maka peran profesi jurnalistik-pers dalam masyarakat sangatlah penting. Sama pentingnya dengan peran yang dapat dimainkan oleh para ilmuwan, cendekiawan dan para ulama. Perannya dalam mencari, memburu, menggali dan mengolah informasi lalu menyebarkan ke tengah-tengah masyarakat luas, merupakan salah satu pilar sistem pendidikan. Misal, pertahanan budaya dan pemberdayaan

masyarakat melalui penguasaan informasi. Informasi dan teknologi informasi kini telah menjadi komoditas penting, bahkan melebihi tanah (pada zaman peradaban pertanian) dan produk industri (pada *era industrialisasi*).¹

Memasuki era globalisasi ini, terjadi transformasi yang mendalam pada kehidupan manusia. Kemajuan yang pesat dalam ilmu pengetahuan dan teknologi telah mendorong berbagai kemajuan, terutama dalam bidang komunikasi. Melalui sarana komunikasi, khususnya media massa, baik berupa media cetak maupun elektronik, suatu berita atau pesan dapat dengan mudah disebarkan kepada masyarakat luas dalam tempo yang amat singkat.

Dunia pers mempunyai kekuatan besar dalam merekayasa opini publik. Hitam putih persepsi masyarakat banyak dibentuk oleh para kuli tinta. Terkait dengan itu, kini tak sedikit media massa yang mulai mempunyai ketertarikan untuk mengarahkan orientasi beritanya ke arah misi dakwah. Artinya media massa berkeinginan untuk merebut pangsa pasar dengan memanfaatkan momentum yang melingkupi kondisi bangsa Indonesia dengan melakukan pendekatan religius (spiritual). Hal itu dilakukan disamping sebagai upaya pencerahan, juga bertujuan agar masyarakat tetap konsisten dan menjunjung tinggi nilai norma dan moralitas yang bersumber pada ajaran agama Islam (Al-Qur'an dan Hadits). Media massa yang isi (materi)-nya menurut pesan-pesan dakwah tersebut menurut asumsi peneliti salah satunya adalah Tabloid Kisah Hikmah.

¹ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Praktis* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2005), h. 129.

Tabloid Kisah Hikmah adalah satu dari sekian banyak media massa (tabloid) yang terbit berkala setiap dua minggu sekali milik Tabloid NURANI yang bernaung di bawah Group Berlian, anak perusahaan Jawa Pos Group yang didirikan pada tanggal 2 Oktober Tahun 2005. Proses pemberian nama Kisah Hikmah ini pun mempunyai sisi histori yang mendalam. Yakni salah satunya adalah bahwa setiap hitam putih perjalanan kehidupan yang dialami oleh setiap manusia ini pasti mengandung hikmah yang tetap tidak meninggalkan hukum sebab akibat. Artinya, bahwa apa yang dialami oleh manusia sebenarnya sedikit banyak juga berasal dari perbuatannya.²

Content (isi) dari Tabloid Kisah Hikmah ini juga lebih di dominasi rubrik-rubrik yang bernuansa islami diantaranya Kisah Utama, Kisah Haji, Kisah Selebriti, Islamtainment, Mukjizat, Karomah, Hikmah Utama, Silaturahmi dan masih banyak lagi.

Penulis tertarik untuk meneliti salah satu diantaranya, yaitu rubrik silaturahmi edisi 59-62. Dimana dalam rubrik ini memuat kisah-kisah tokoh agama (da'i) dan pesan dakwah yang disampaikan oleh tokoh tersebut. Tak hanya itu saja, dalam rubrik silaturahmi ini juga diceritakan suka duka para tokoh-tokoh tersebut ketika mengemban amanat sebagai seorang mubaligh atau da'i dengan tujuan dapat memberikan wawasan dan spirit bagi pembaca. Tentunya, dalam rubrik ini pula juga disajikan tips-tips dan tausyiah dari sang tokoh untuk dijadikan siraman rohani bagi masyarakat yang membaca Tabloid Kisah Hikmah. Selain itu, rasa ketertarikan peneliti untuk meneliti rubrik

² Hasil Wawancara dengan H.A. Bajuri Direktur Tabloid Kisah Hikmah tanggal 26 Oktober 2009

silaturahmi yang ada di Tabloid Kisah Hikmah karena belum ada penelitian-penelitian yang dilakukan sebelumnya.

Salah satu tema yang diangkat pada rubrik silaturahmi diantaranya adalah profil ustadz Reza M.Syarief, Trainer sekaligus Da'i yang menjelaskan ikhlas kunci sukses dunia akhirat. Disitu ustadz Reza memaparkan jika seseorang ingin menjadi orang yang sukses dunia akhirat, maka caranya adalah dengan memiliki sifat ikhlas. Baik dalam beramal, bekerja, konsisten, sabar saat menghadapi musibah seperti yang dicontohkan Rasulullah saw.

Maka dari itu, pada penelitian ini, peneliti ingin mencoba menganalisis tentang bagaimana makna pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh rubrik silaturahmi Tabloid Kisah Hikmah dengan pendekatan penelitian kualitatif. Adapun untuk menganalisis penelitian ini, peneliti menggunakan analisis wacana model Van Dijk. Yang mana model ini menekankan pada aspek yang digunakan media, meliputi aspek kata, aspek susunan kata atau kalimat.

Mengenai alasan peneliti yang hanya mengangkat 4 edisi yakni edisi 59-62 dalam penelitian ini dikarenakan pada 4 edisi berturut-turut inilah rubrik silaturahmi mempunyai isi dan tema beragam dibanding edisi-edisi sebelumnya yang pernah ada di Tabloid Kisah Hikmah. Tak hanya menceritakan perjalanan hidup tokoh tersebut baik sebelum maupun ketika menjadi seorang mubaligh terkenal. Dalam 4 edisi ini para public figur yang diangkat dalam rubrik silaturahmi Tabloid Kisah Hikmah ini juga berbagi tips bahagia seputar hidup dengan tetap memprioritaskan pesan dakwah yang disampaikan oleh para dai-dai tersebut.

Tokoh yang diangkat di rubrik silaturahmi mulai edisi 59-62 secara berurutan adalah, Hj Dedeh Rosidah Syarifudin atau yang kerap disapa Mamah Dedeh, KH Aswan Faisal (kakak kandung da'i kondang Ustad Jefry Al Buchory), KH Ahmad Djauhari (Direktur Penerangan Agama Islam Depag RI) dan Ustad Reza M Syarief.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

Bagaimana makna pesan yang terkandung dalam Rubrik Silaturahmi Pada Tabloid Kisah Hikmah Edisi 59-62 ?

C. Tujuan Penelitian

Memahami makna pesan dakwah yang ada pada Rubrik Silaturahmi Tabloid Kisah Hikmah Edisi 59-62

D. Manfaat Penelitian

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi seluruh akademika mahasiswa IAIN Sunan Ampel Surabaya, sebagai bahan referensi mahasiswa KPI Fakultas Dakwah yang ingin mengetahui metode analisis wacana terhadap makna pesan dakwah dalam sebuah rubrik surat kabar.

2. Praktis

a) Bagi lembaga

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan lembaga untuk mengembangkan program-programnya.

b) Diharapkan dengan adanya penelitian ini, peneliti dapat mampu melakukan analisis isi atau wacana terhadap makna pesan dakwah yang terkandung pada salah satu rubrik Silaturahmi Tabloid Kisah Hikmah.

E. Definisi Konseptual

Pada definisi konseptual ini, peneliti menjelaskan makna konsep yang ada dalam judul redaksi penelitian ini, yang nantinya akan dijadikan landasan pada pembahasan selanjutnya. Pemilihan konsep yang tepat memang mempunyai perspektif yang baik. Untuk mencapai kesuksesan penelitian harus bisa menentukan batasan ruang lingkup permasalahan yang akan diteliti. Maka disini akan dijelaskan beberapa istilah yang terdapat dalam judul antara lain:

1. Pesan Dakwah

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada komunikan. Dakwah berasal dari bahasa arab yang artinya panggilan, ajakan, seruan. Dakwah menurut istilah Hamzah Ya'qub dalam bukunya "Publisistik Islam memberikan pengertian Islam ialah " mengajak umat

manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasulnya”.³

Jadi definisi Pesan Dakwah adalah sesuatu yang disampaikan komunikator kepada komunikan yang berisi tentang amar ma’ruf nahi munkar (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 munkar (mengajak manusia untuk berbuat baik dan mencegah kemungkaran), semua itu sudah termasuk pesan dakwah.⁴ Yang dimaksud pesan dakwah dalam penelitian ini adalah pesan dalam bentuk tulisan yang terdapat di rubrik Silaturahmi Tabloid Kisah Hikmah.

2. Rubrik Silaturahmi Tabloid Kisah Hikmah

Rubrik dapat diartikan sebagai suatu karangan tertentu yang biasanya disuguhkan pada sebuah surat kabar (tabloid).⁵ Silaturahmi merupakan salah satu rubrik yang ada pada Tabloid Kisah Hikmah yang bernuansa religia yang menerangkan tentang lika-liku kisah perjalanan seorang mubaligh dalam berdakwah dan juga seruan untuk amar ma’ruf nahi munkar.

Tabloid adalah surat kabar ukuran kecil (setengah dari ukuran surat kabar biasa) yang banyak memuat berita secara singkat, padat dan bergambar.⁶ Tabloid ini adalah salah satu bentuk media massa yang

³ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (Surabaya : Al-Ikhlash, 1983), h 19.

⁴ H. Hafied, Cangoro, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta : Penerbit Rajawali Pers), h. 23.

⁵ Luqman Ali, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, h. 850.

⁶ *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, cet : ix (Jakarta : Balai pustaka, 1997) h. 987.

berupa media cetak, dan merupakan suatu alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan secara serentak, yang berbeda-beda dan tersebar dari berbagai tempat. Tabloid Kisah Hikmah adalah tabloid keluarga muslim yang sangat komunikatif, edukatif dan penuh dengan pesan nilai-nilai agama, yang diterbitkan setiap hari Kamis.

3. Analisis Wacana

Analisis wacana dimaksudkan sebagai suatu analisis untuk membongkar maksud-maksud dan makna tertentu. Sedangkan wacana sendiri merupakan suatu upaya pengungkapan maksud tersembunyi dari sang subyek yang mengungkapkan suatu pernyataan. Pengungkapan itu dilaksanakan diantaranya dengan menempatkan diri pada posisi sang pembicara dengan penafsiran mengikuti struktur makna dari sang pembicara.⁷

F. Sistematika Pembahasan

Agar skripsi ini dapat mudah dipahami dan tidak terjadi tumpang tindih dalam setiap pembahasan, maka peneliti merasa perlu untuk membuat sistematika pembahasan.

Adapun sistematika pembahasan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Bab 1 Pendahuluan, dalam bab ini membahas segala sesuatu yang mengantarkan kearah tujuan pembahasan skripsi ini diantaranya : Latar

⁷ Eriyanto, Analisis Wacana : *Pengantar Analisis Teks Media* (Yogyakarta : LKIS, 2003), h. 5-6.

Belakang Penelitian, Rumusan Masalah Penelitian, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Definisi Konseptual dan Sistematika Pembahasan.

Bab II Kajian Pustaka, bab ini berisi kajian kepustakaan konseptual yang dibagi menjadi dua pembahasan. Pertama, tentang kajian teori baik secara substantif dan wacana. Kedua, kepustakaan penelitian terkait dan temuan penelitian yang sama yang dijadikan sebagai bahan rujukan bagi peneliti.

Bab III Metode Penelitian, bab ini berisikan Pendekatan Penelitian, Jenis Penelitian Yang Digunakan, Wilayah Penelitian, Jenis dan Sumber Data, Tahap Penelitian, Teknik Pengumpulan Data yang dipakai Oleh Peneliti, Teknik Analisis Data dan juga Teknik Keabsahan Data

Bab IV Penyajian dan Analisis Data, Pada bab ini memuat deskripsi singkat Tabloid Kisah Hikmah, penyajian data dan analisis data.

Bab V Penutup, merupakan bab terakhir dari penulisan skripsi ini, didalamnya memuat kesimpulan yang merupakan jawaban langsung dari permasalahan dan juga rekomendasi yang berupa rujukan bagi kemungkinan dilaksanakan penelitian lanjutan ataupun masukan yang dapat digunakan.

Pada akhir bagian dari skripsi ini disertakan pula daftar kepustakaan yang peneliti gunakan sebagai referensi dalam penulisan skripsi ini.