

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Kajian Tentang Pesan Dakwah

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada komunikan. Dalam perkembangan saat ini sudah saatnya umat Islam melakukan berbagai perubahan dalam berdakwah, demi mewujudkan tujuan dakwah supaya menjadi lebih efisien. Maka dari ini, dakwah akan memanfaatkan media komunikasi. Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima.¹ Pesan merupakan isyarat atau simbol yang disampaikan oleh seseorang untuk saluran tertentu dengan harapan bahwa pesan itu akan mengutarakan atau menimbulkan suatu makna tertentu dalam diri orang lain yang hendak diajak komunikasi.

Sebelum lebih jauh mengetahui makna pesan dakwah, terlebih dahulu peneliti menjelaskan pengertian tentang dakwah.

Ditinjau dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa arab “Da’wah” (دعوة) dari kata da’a (دعا), yad’u (يدعو), yang berarti panggilan, ajakan, dan seruan.² Dakwah adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain. Ditinjau dari segi komunikasi, dakwah adalah merupakan proses penyampaian pesan-pesan (message) berupa ajaran Islam yang disampaikan secara persuasif dengan harapan agar

¹ Haffied Cangara, ”Pengantar Ilmu Komunikasi”, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 1998). H. 23

² Moch Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Surabaya, Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel, 1993) h. 5

komunikasi dapat bersikap dan berbuat amal sholeh sesuai dengan ajaran Islam tersebut.³

Dakwah menurut istilah, para ulama memberikan definisi yang bermacam-macam. Antara lain:

a. Drs.H. Masyhur Amin, menyatakan dakwah sebagai berikut :

Suatu aktifitas yang mendorong manusia memeluk Agama Islam, melalui cara yang bijaksana, dengan materi ajaran Islam, agar mereka mendapatkan kesejahteraan kini (dunia) dan kebahagiaan nanti (akhirat).⁴

Dakwah dengan cara bijaksana ini, beliau merujuk pada firman Allah SWT. Dalam Surat An Nahl ayat 125, berbunyi :⁵

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

Artinya : "Adakanlah diantara kamu segolongan umat yang mengajak pada kebaikan, menyuruh mengerjakan yang benar dan melarang berbuat salah. Mereka itulah orang-orang yang beruntung."

b. Menurut Drs. Hamzah Ya'kub dalam bukunya "Publisistik Islam" memberikan pengertian dakwah dalam Islam ialah mengajak umat manusia dengan hikmah kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasulnya.

c. H.M.S. Nasaruddin Latif, menurutnya dakwah adalah : Setiap usaha atau aktifitas dengan lisan atau lukisan yang bersifat menyeru,

³ Toto Asmara, " *Komunikasi Dakwah* ", (Jakarta : Gaya Media Pratama, 1997), h. 38

⁴ Masyhur Amin, *Dakwah Islam dan Pesan Moral* (Yogyakarta, Al Amin 1997) h. 10

⁵ Depag RI, *Al Quran dan Terjemahannya*. h. 526

mengajak, memanggil manusia lain untuk beriman dan mentaati Allah, sesuai dengan garis-garis Aqidah dan Syari'ah serta Akhlak Islamiyah.⁶

- d. Menurut H.M.Arifin, dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan ajakan, baik dalam bentuk tulisan, lisan, tingkah laku dan sebagainya, yang dilakukan secara sadar dan berencana, dalam usaha mempengaruhi orang lain, baik secara individual maupun kelompok. Agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan serta pengalaman ajaran agama sebagai message yang disampaikan kepadanya dengan tanpa adanya unsur-unsur paksaan.⁷

Sebenarnya masih banyak lagi definisi tentang dakwah. Namun sebenarnya dakwah itu memiliki 3 unsur pengertian pokok, antara lain :

1. Dakwah adalah proses penyampaian ajaran Islam dari seseorang ke orang lain.
2. Penyampaian ajaran Islam tersebut dapat berupa *amar ma'ruf* (mengajak pada kebajikan) maupun *nahi munkar* (mencegah kemunkaran)
3. Usaha tersebut dilakukan secara sadar dengan tujuan terbentuknya suatu individu masyarakat yang taat dan mengamalkan sepenuhnya ajaran Islam.

Dengan demikian dakwah merupakan segala bentuk aktifitas penyampaian ajaran Agama Islam kepada orang lain dengan berbagai cara

⁶ H.M.S. Nasaruddin Latif, *Teori dan Praktek Dakwah Islamiyah* (Jakarta, Firma Dara) h. 2 Dikutip oleh Moch. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Surabaya, Penerbit Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel, 1990) h. 2

⁷ H.M Arifin, *Psikologi Dakwah* (Jakarta, Balai Aksara, 2004) h. 6

yang bijaksana untuk terciptanya individu dan masyarakat yang menghayati dan mengamalkan ajaran Islam dalam semua lapangan kehidupan.⁸

Secara global pesan dakwah dapat diklasifikasikan menjadi 3 hal, yaitu:

a. Masalah Keimanan (Aqidah)

Keimanan (aqidah) pada hakekatnya adalah pengakuan dalam hati akan keutuhan dan kemahakuasaan Allah SWT, serta kerasulan Nabi Muhammad SAW, yang dimanifestasikan dalam segala aspek kehidupan.

Pada masalah keimanan ini, pembahasannya tidak hanya pada hal-hal yang wajib di imani, tetapi juga meliputi hal-hal yang dilarang. Seperti syirik, (menyekutukan Allah dengan selain Allah), ingkar kepada Allah dan sebagainya.

b. Masalah Keislaman (Syari'ah)

Syariah dalam agama Islam adalah berhubungan erat dengan amal lahiriah (nyata) dalam mentatati peraturan/ hukum Allah guna mengatur hubungan manusia dnegan Tuhannya. Dan mengatur hubungan manusia dengan sesama manusia dan lingkungannya.⁹

Dengan demikian pesan dakwah dalam konteks ini adalah menjelaskan berbagai ketentuan-ketentuan yang terkait dnegan hak dan kewajiban seorang hamba.

⁸ Moch. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, h. 1-3

⁹ Asmuni Syukir, "*Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*", (Surabaya: Al-Ikhlash, 1985),

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ (الذاريات : ٦٥)

“Dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka menyembah-Ku”. (Adz Dzariyat (51): 56

Selain itu juga menjelaskan tentang hukum-hukum Allah, baik yang wajib (yang diperintahkan), mubah (dibolehkan), mandub (dianjurkan),. Makruh (dianjurkan untuk tidak dilakukan) maupun yang haram (dilarang).

c. Masalah Budi Pekerti (Akhlaq)

Akhlaq merupakan bentuk jamak dari khuluq yang artinya budi pekerti, peringai, tingkah laku atau tabiat. Jadi akhlaq atau khuluq adalah sifat yang tertanam dalam jiwa manusia, sehingga ia akan muncul secara spontan bilamana diperlukan, tanpa memerlukan pertimbangan lebih dahulu, serta tidak memerlukan adanya dorongan dari luar dirinya.

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, semua itu sudah termasuk pesan dakwah.¹⁰ Pesan Dakwah dalam penulisan ini adalah pesan yang dimuat dalam teks Rubrik Silaturahmi Tabloid Kisah Hikmah.

¹⁰ H. Hafied, Cangoro, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta : Penerbit Rajawali Pers), h. 23.

2. Tabloid Sebagai Media Dakwah

a. Definisi Tabloid

1. Onong Uchyana berpendapat dalam buku kamus komunikasi tabloid adalah surat kabar yang berukuran separoh dari ukuran standar yang biasanya memuat berita yang sensasional.¹¹
2. Menurut Teguh Mainenda dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi, menyatakan tabloid adalah Koran yang terbit dengan oplah yang kecil.

Dari pendapat tersebut di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa tabloid merupakan surat kabar yang berukuran dan oplahnya kecil. Dengan demikian maka tabloid itu adalah salah satu bagian dari pers. Dalam arti sempit yang terbatas pada media massa cetak yang dapat digunakan sebagai media komunikasi massa.

Tabloid adalah surat kabar ukuran kecil (setengah dari ukuran surat kabat biasa) yang banyak memuat berita secara singkat, padat dan bergambar.¹² Tabloid ini adalah salah satu bentuk media massa yang 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 menghibur, yang diterbitkan setiap hari Kamis.

¹¹ Onong Uchyana, *Kamus Komunikasi* (Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 1989 h. 355)

¹² *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Cet : IX (Jakarta : Balai Pustaka,1997) h. 987.

b. Komponen-komponen Tabloid

Komponen-komponen tabloid diantaranya :

1. Pesan

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

2. Komunikan

Komunikan adalah pembaca atau orang yang mengkonsumsi suatu berita.

3. Komunikator

Komunikator di sini yang dimaksud adalah orang yang menyampaikan sebuah berita atau informasi dalam kegiatan komunikasi, yaitu redaksi (wartawan, redaktur, editor).

c. Kelebihan dan Kekurangan Tabloid

Tabloid ini merupakan media dakwah yang bersifat tulisan. Tabloid memiliki kelebihan, yaitu dapat dibaca berulang kali, kapan saja dan di mana saja. Sehingga mudah difahami atau dihafal secara mendetail.

Namun selain memiliki kelebihan, tabloid juga mempunyai kekurangan, diantaranya memiliki keterbatasan pada mereka yang tidak bisa membaca yang dapat memahami bahasa pers.

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

Proses komunikasi pesan atau informasi dapat diserap dan dihayati orang lain, agar tidak terjadi kesesatan dalam proses komunikasi perlu digunakan sarana yang membantu proses komunikasi, yang disebut media.

MC. Quail, dalam bukunya "*Mass Communication Theories*" menjelaskan tentang peran media,

- a. Melihat media massa sebagai *window on events and experience*.
Media dipandang sebagai candela yang memungkinkan khalayak "melihat" apa yang sedang terjadi di luar sana.
- b. Media juga sering dianggap sebagai *mirror of events in society and the world, implying a faithful reflection*. Cermin berbagai peristiwa yang ada di masyarakat dan dunia yang merefleksikan apa adanya.
- c. Memandang media massa sebagai filter atau gate keeper yang menyeleksi berbagai hal untuk diberi perhatian atau tidak.

- d. Media acap kali pula dipandang sebagai guide, petunjuk jalan, atau interpreter yang menerjemahkan dan menunjukkan arah, atas berbagai ketidak pastian atau alternatif yang beragam.
- e. Melihat media massa sebagai forum untuk mempresentasikan berbagai informasi dan ide-ide kepada khalayak, sehingga memungkinkan terjadinya tanggapan dan timbal balik.
- f. Media massa sebagai *interlocutery* yang tidak hanya sekedar tempat berlalu lalangny informasi tetapi patner komunikasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi yang interaktif.¹³

3. Pengertian Pers

Istilah pers berasal dari Belanda yang dalam bahasa Inggris berarti perss. Secara harfiah, pers berarti cetak dan secara maknawiyah berarti penyiaran secara tercetak atau publikasi secara dicetak (*printed publication*). Pers adalah sebutan bagi penerbitan/perusahaan/kalangan yang berkaitan dengan media masa atau wartawan. Sebutan ini bermula dari cara kerjanya media cetak. Dengan demikian maka segala barang yang akan dikerjakan dengan mesin cetak disebut pers. Dalam perkembangan selanjutnya istilah ini diberi pengertian dengan penerbitan pers.¹⁴

Dalam perkembangan selanjutnya, pers mempunyai dua pengertian yaitu pers dalam arti luas yang meliputi segala penerbitan, bahkan

¹³ Dennis. MC. Quail, *Teori Komunikasi Massa* (Jakarta, Erlangga, 1987) h. 2

¹⁴ Kurniawan Junaedi, *Ensiklopedi Pers Indonesia*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama), 1991), h. 206

termasuk media elektronik. Sedangkan pers dalam arti sempit hanya terbatas pada media cetak yaitu surat kabar, majalah, buletin dan lain-lain.

Meskipun demikian, antara media masa cetak dan media masa elektronik itu terdapat perbedaan yang khas, yakni pesan yang disiarkan media elektronik dapat diterima oleh khalayak hanya sekilas dan khalayak harus setia di depan pesawat. Sedang pesan-pesan yang disampaikan oleh media cetak dapat dikaji ulang dan dipelajari serta disimpan untuk dibaca pada tiap kesempatan.¹⁵

Pers ialah yang lebih luas, yakni meliputi segala bentuk barang cetakan, seperti surat kabar, majalah, brosur, pamflet, tabloid, dan barang-barang cetakan lainnya yang di tujukan untuk menyalurkan komunikasi massa.¹⁶

UU Pers merumuskan bahwa pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik, meliput, mencari, memperoleh, memiliki, menghimpun, mengolah dan menyampaikan informasi, baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia.¹⁷

a. Tujuan Pers

Pers mempunyai tujuan di antaranya :

¹⁵ Ahmad Y. Samatho, *Jurnalistik Islam*, (Jakarta: Harakah, 2002), h. 64

¹⁶ Husain Junus, *Seputar jurnalistik*, (Solo, CV Solo, 1996) h.16

¹⁷ Hinca IP. Pandjaitan, *Gunakan Hak Jawab, Hak Koreksi, dan Kewajiban Koreksi Anda, Ombusman Memfasilitasinya* (Surabaya, Tim Ombusman Jawa Pos Group, 2004) h. 8

- 1) Pers bertujuan agar para pembacanya menjadi tahu, berita yang disajikan dalam pencapaian tujuan ini lebih bersifat informative
- 2) Pers bertujuan agar terjadi perubahan sikap atau perilaku pada pihak publik pembaca. Untuk tujuan ini pers biasanya menuangkan gagasan-gagasannya lewat tajuk rencana (*editorial*), pelaporan interpretatif atau melalui pokok-pokok yang sengaja dirancang untuk keperluan perugahan tersebut
- 3) Pers bertujuan untuk meningkatkan kualitas intelektual para pembacanya. Pers mempunyai dua tujuan : tujuan idiil dan tujuan komersial. Tujuan idiil adalah menyajikan tiap isi bidang redaksi yang mengandung informasi, pendidikan, hiburan, control sosial. Sedang tujuan komersialnya adalah mencari laba dari penjualan terbitan surat kabar atau tabloid dan halaman surat kabar atau tabloid untuk iklan.

b. Fungsi Pers

Pers sangat berfungsi sekali bagi kelangsungan kehidupan masyarakat. Fungsi-fungsi pers di antaranya :

- 1) Pers berfungsi melayani kebutuhan masyarakat akan informasi. Pers menyajikan informasi yang secepatnya, untuk memberikan kejelasan kepada publik atau massa
- 2) Fungsi mendidik. Selain berfungsi menyiarkan informasi, media massa atau pers juga berfungsi mendidik. Dalam memainkan media fungsinya itu ada media massa yang secara khusus

menyajikan ruang ilmu pengetahuan untuk menambah pengetahuan para pembacanya. Sebagai sarana pendidikan massa (*mass education*) pers memuat tulisan yang mengandung pengetahuan sehingga masyarakat atau khalayak pembaca bertambah pengetahuannya

- 3) Fungsi pers sebagai control sosial. Dalam fungsi ini, di alam demokrasi liberal sering disebutkan bahwa adalah “pengawas atau penjaga”.
- 4) Fungsi menghibur. Secara umum media massa memang memiliki fungsi menghibur bagi masyarakat. Memang jelas bahwa sifat pers diusahakan sedapat mungkin untuk menyajikan materi dalam bentuk santai, sehingga pembaca dapat menikmati disaat masih dapat melakukan gerakan lain.¹⁸

Sedangkan media ialah saluran alat menyalurkan. Karena pada hakekatnya media telah memperluas atau memperpanjang kemampuan manusia untuk merasakan, mendengar dan melihat dengan mudah. Sehingga memudahkan manusia untuk berkomunikasi. Jadi media adalah suatu saluran atau alat yang dapat dijadikan sarana untuk berkomunikasi.

Sedangkan media dakwah adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah yang berisikan ajaran-ajaran Islam, untuk disampaikan kepada umat manusia.

¹⁸ Husain Junus, *Seputar Jurnalistik*, h. 20-21

Alat-alat penyampaian dakwah dibagi menjadi 3 golongan, yaitu :

1. *The spoken words* (yang berbentuk ucapan). Golongan ini termasuk bentuk bunyi, karena hanya dapat ditangkap oleh telinga. Maka disebut "*The Audial Media*", yang termasuk golongan ini adalah ucapan secara langsung (*face to face communication*) yang digunakan manusia setiap hari sehingga disebut juga " *chief medium*".
2. *The printed writing*, termasuk di dalamnya barang-barang tercetak, gambar, lukisan, yang dalam kehidupan sehari-hari kita kenal, misalnya buku, pamflet, surat kabar, majalah dan lain-lain
3. *The audio visual media*, baru dijumpai pada zaman abad dua puluh ini, yaitu film dan televisi. Golongan ini penggabungan golongan pertama dan kedua, yaitu serentak dapat ditangkap oleh telinga dan mata.¹⁹

B. Penelitian Terkait

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

1. Pesan Dakwah Harian Radar Mojokerto (Analisis Isi Ajaran Islam di Kolom Renungan Ramadhan Radar Mojokerto) oleh Mohammad Natsir,

¹⁹ Anwar Arifin, *Strategi Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung, Armico, 1982) h. 24

mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, yang menyelesaikan skripsinya tahun 2004, untuk mengetahui pesan dakwah.

2. Tabloid Nurani sebagai Media Dakwah (Studi agenda Setting) oleh Nurul Dyah Ngesti Utami mahasiswi jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, 2003. Penelitian ini mencoba memberikan gambaran tentang wacana pers yang dispesifikan pada Tabloid Nurani, dan penelitian ini hanya menggambarkan saja, tanpa disertai rumusan yang sesuai dengan teor dalam penyajian datanya.
3. Analisis isi Rubrik Dialog Muallaf Tabloid Nurani Edisi 125-138 oleh Sujarwo, mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, 2005. Penelitian ini menggunakan Content Analisis yang menjabarkan secara umum makna pesan yang terkandung dalam rubrik tersebut.

Bahwa penelitian yang dilakukan oleh peneliti sangat berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu. Terlebih lagi, dalam pengamatan dan pantauan peneliti selama ini belum ada seorang mahasiswa fakultas Dakwah, IAIN Sunan Ampel yang meneliti Tabloid ini.

Diantara perbedaan yang menonjol antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya diantaranya adalah:

- 1) Menggunakan Analisis teks media yakni analisis isi dengan model analisis wacana Van Dijk.
- 2) Menggunakan salah satu Rubrik yang ada pada Tabloid.
- 3) Rubrik Silaturahmi belum pernah diteliti oleh peneliti sebelumnya.