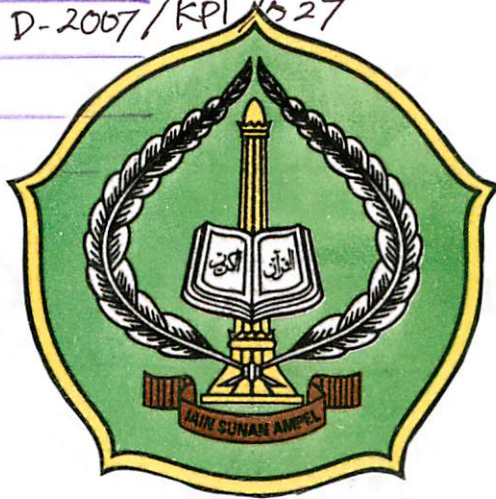


**PESAN DAKWAH HARIAN RADAR SURABAYA
(Analisis Isi Rubrik Ramadhan Harian Radar Surabaya
Edisi 24-30 September 2006)**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Ilmu Dakwah**

PERPUSTAKAAN	
JAIN SUNAN AMPEL SURABAYA	
No. KLAS	No. REG : D-2007/KPI/027
D-2007	ASAL BUKU :
K 027 KPI	TANGGAL :



Oleh :

**WARIYANTI
NIM.B01303046**

**JURUSAN KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2007**



**INSTITUT AGAMA ISLAM SUNAN AMPEL
FAKULTAS DAKWAH
JURUSAN KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM**

Jl. Jend. A. Yani 117 Telp. 8437987 Fax (031) 841300 Tromol Pos 4 WO Surabaya - 60237

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Skripsi oleh WARIYANTI ini telah diperiksa dan disahkan untuk
diujikan pada ujian skripsi

Mengesahkan,

Surabaya, 13 Juni 2007
Dosen Pembimbing

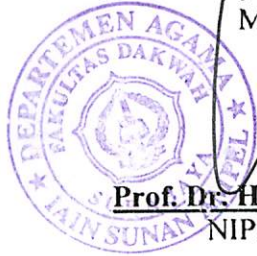
Drs. Prihananto, M. Ag
NIP. 150 263 396

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi oleh Wariyanti ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi .

Surabaya, 1 Agustus 2007

Mengetahui,
Dekan,



Prof. Dr. H. Shonhadji, Dip. Is.

NIP. 150 194 059

Ketua,

Drs. Prihananto, M. Ag.

NIP. 150 263 386

Sekretaris,

Abdullah Sattar, S. Ag.

NIP. 150 278 252

Penguji I

Prof. Dr. H. Shonhadji, Dip. Is.

NIP. 150 194 059

Penguji II

Amin Thohari, S. Ag. M. Si.

NIP. 150 299 950

ABSTRAKS

Wariyanti. 2007: *Pesan Dakwah Harian Radar Surabaya (Analisis Isi Rubrik Kajian Ramadhan Radar Surabaya Edisi 24-30 September 2006)* digilib.uinsa.ac.id

Masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah bagaimana isi materi pesan dakwah yang terkandung dalam Rubrik Kajian Ramadhan Harian Radar Surabaya, untuk menjawab permasalahan tersebut penelitian ini menggunakan Content Analysis yang bersifat referensial dalam menganalisis teks naskah Kajian Ramadhan di Radar Harian Radar Surabaya yang dibagi menjadi tiga kategorisasi, diantaranya adalah: Pertama, bidang Tauhid yang menjelaskan tentang pengertian hubungan antara manusia kepada Tuhan; Kedua bidang Fiqh, yang membahas tentang ibadah dan muamalah, sedangkan ketiga, tentang Akhlak yang membahas bagaimana perilaku manusia dengan Tuhan, manusia dengan manusia, manusia dengan flora fauna, serta bagaimana tingkah laku kita sehari-hari dalam berbuat kebaikan.

Sesuai dengan masalah tersebut di atas, data yang digunakan berupa teks surat kabar yang telah beredar mulai tanggal 24 sampai 30 September 2006. Sebelum melangkah dalam proses penelitian, terlebih dahulu peneliti mengkategorikan judul-judul naskah supaya mudah untuk diteliti. Analisis dalam penelitian ini, peneliti menggunakan prosentase untuk mengetahui seberapa besar isi materi teks tersebut dalam masing-masing bidang.

Sedangkan pesan dakwah pada Rubrik Kajian Ramadhan Radar Surabaya terdiri dari Tauhid (8%), Akhlak (6%), dan Fiqh (11%).

Penelitian ini terbatas pada pendekatan Kuantitatif, sehingga untuk penelitian yang akan datang bisa dilanjutkan dengan pendekatan kualitatif, seperti penggunaan analisis wacana, semiotik atau framing untuk lebih memahami pesan dakwah pada harian ini.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

PERPUSTAKAAN
IAIN SUNAN AMEL SEPAPAYA

: D-2007 / KPI / 1027

No. KLAS	No. REG
	ASAL PUKU
	TANGGAL

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Definisi Operasional	4
F. Sistematika Pembahasan	8
BAB II : PERSPEKTIF TEORETIK	10
A. Pengertian Pesan Dakwah Media Cetak	10
B. Klasifikasi Pesan Dakwah	14
1. Tauhid	14
2. Fiqh	15
3. Akhlak	15
C. Media Cetak Dakwah	16
1. Pengertian media cetak	16
2. Pengertian media cetak dakwah	18
3. Keunggulan dakwah media cetak	20
D. Klasifikasi Jurnalistik Media Cetak	23
1. Harian/ Surat Kabar	23
2. Majalah	24
3. Buku	24
E. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	25
BAB III : METODE PENELITIAN	28
A. Jenis Penelitian	28
B. Sumber Data	29
C. Tahap-Tahap Penelitian	30
D. Melakukan Analisis Data	31
E. Tehnik Pengumpulan Data	32
F. Tehnik Analisis Data	32
G. Tehnik Keabsahan Data	38
BAB IV : DESKRIPSI UMUM OBYEK PENELITIAN	39
A. Sejarah Berdirinya Harian Radar Surabaya	39

	B. Tujuan	41
	C. Sasaran	41
	D. Profil Media	42
	E. Sejarah Rubrik Kajian Ramadhan	44
BAB V	: PENYAJIAN ANALISIS HASIL ANALISIS	47
	A. Penyajian Hasil Analisis	47
	B. Analisis Data	55
BAB VI	: PENUTUP	64
	A. Kesimpulan	64
	B. Saran-Saran	64
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id



BAB I

PENDAHULUAN

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

A. Latar Belakang Masalah

Arus informasi dan teknologi meniscayakan adanya penguatan infrastruktur dan suprastruktur masyarakat dalam menyaring (menfilter) informasi yang mereka konsumsi. Sebab, di samping berdampak positif, laju informasi ini juga tidak jarang berdampak negatif berupa hadirnya berita-berita yang tidak mendidik bagi moralitas masyarakat. Salah satu bentuk media informasi ini adalah surat kabar.

Surat kabar atau pers menurut Onong Uchjana Effendi (Pakar komunikasi), adalah sarana yang menyiarkan produk jurnalistik.¹ Dalam hal ini bisa disimpulkan bahwa, surat kabar adalah media yang berfungsi sebagai sarana informasi dan sosialisasi berbagai kejadian, fenomena dan persoalan-persoalan yang terjadi di ruang sosial. Karena pengertian dari jurnalistik sendiri didefinisikan sebagai ketrampilan berita yang banyak untuk disebarakan kepada masyarakat.²

Dalam banyak hal, surat kabar mempunyai peran signifikan dalam menentukan arah kemajuan dan kedewasaan berpikir masyarakat berbagai persoalan tentang ekonomi, politik, kebudayaan, dan keagamaan dapat diketahui melalui media ini. Jika melihat sirkulasi pemberitaan yang ada

¹ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti 1993), h 93

² Onong uchjana Effendi, *Dinamika Komunikasi* (Bandung, PT. Remaja Rosdikarya, 2000), h 66

didalamnya, surat kabar adalah satu bentuk media yang sangat potensial bagi pembentukan opini public (*building public opinion*).

Di domain agama misalnya, surat kabar juga tidak jarang menyajikan informasi-informasi segar tentang masalah keagamaan. Seperti informasi tentang bagaimana fluktuasi peran yang dimainkan oleh Insitusi-Institusi agama, berita tentang haji dan masih banyak lagi yang lainnya.

Di sinilah pentingnya jurnalistik dakwah. Sebab diaku atau tidak, pola penerapan jurnalisme model ini masih sangat minim dilakukan oleh media-media informasi selama ini. Padahal dakwah keagamaan merupakan kebutuhan pokok bagi masyarakat, apalagi masyarakat yang kesehariannya selalu disibukkan oleh permasalahan-permasalahan kantor ataupun yang lainnya, sehingga jarang mendapatkan siraman rohani yang meliputi materi keagamaan, seperti hukum-hukum Fiqh, Aqidah (keimanan), dan muamalah.

Rubrik yang tersedia di surat kabar di Indonesia sangat bervariasi.

Tetapi, dapat dihitung dalam skala mayoritas, bahwa media tersebut mempunyai satu rubrik yang khusus mengkover tentang opini-opini masyarakat, berkisar dalam persoalan aktual yang terjadi. Salah satu surat kabar lokal yang ikut berkontestasi memberikan informasi terhadap masyarakat adalah Radar Surabaya.

Harian Radar Surabaya di dalamnya terdapat 4 sesi, diantaranya, sesi yang pertama yakni Radar Surabaya yang memuat berita Internasional, berita nasioanal, dan seluruh Jawa Timur, Sesi yang kedua yakni Radar Metro yang memuat berita Surabaya kota yang mencakup seluruh kejadian di Kota

Surabaya selama 24 jam. Radar Sidoarjo yang mengakomodasi berita Sidoarjo dan sekitarnya: sesi ketiga yakni Radar Sport yang memuat berita Olahraga Dalam dan Luar Negeri; Dan sesi keempat adalah Radar Bisnis, Bisnis Ritel, Properti, dan Selebriti.

Selain sesi di atas Radar Surabaya di dalamnya juga mengandung pesan dakwah yakni Rubrik "Jum'atan" yang terbit tiap hari Jum'at, dan juga terdapat Rubrik Kajian Ramadhan. Dalam Rubrik Kajian Ramadhan di Harian Radar Surabaya ini banyak membahas tentang berbagai masalah seperti Fiqh, Akhlak, Syari'at, Ukhuwah Islamiyah dan persoalan-persoalan agama lainnya seperti tentang Ukhuwah Wathoniyah, Meraih Hikmah di Bulan Berkah, Kasih dan Pengampunan, Serakah Terhadap Harta, Do'a Untuk Semua Muslim, Puasa Tak Membuat Loyo, dan Perbanyak Zikir.

Untuk mengisi Rubrik ini, Radar Surabaya menghadirkan beberapa tokoh yang berperan dalam lingkup Surabaya, yakni Suwito Suprayogi (Pengurus PP, DDII), Mudjiono (Ketua Korps Muballigh Jatim), Mashad Bachri (Direktur Binoculars INDONESIA), Helmi Gana (Aktivis Al Irsyad), As'ad Alf (Peneliti LPAM Surabaya), Ambar Azeth (Kombes Pol).³

Hal ini tentunya menjadi poin penting bagi segmen media yang mayoritas agama Islam. Karena informasi tentang ramadhan ini sesungguhnya telah banyak membantu pemahaman keagamaan masyarakat, khususnya mereka yang masih awam dalam mengenal dan menghayati nilai-nilai ajaran agama. Dengan kata lain, jurnalistik dakwah haruslah dikembangkan sehingga

³ profil Radar Surabaya

mampu mengasai dan mengelola informasi, khususnya media pers agar membawa dampak yang menggembirakan bagi syi'ar agama.

B. Perumusan Masalah

Apa isi materi dakwah pada Rubrik Kajian Ramadhan Harian Radar Surabaya?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui materi pesan dakwah yang dimuat dalam Rubrik Kajian Ramadhan harian Radar Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

Secara teoritis manfaat penelitian ini adalah sebagai studi pengembangan dakwah yang dilakukan oleh media massa cetak dalam bentuk tulisan yang diedarkan pada masyarakat luas. Manfaat lain adalah media yang dijadikan sebagai fasilitas (alat) dalam melaksanakan kegiatan dakwah Islam pada masyarakat luas.

Penelitian ini diharap bermanfaat bagi Fakultas Dakwah, khususnya Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam sebagai masukan dalam penelitian content analysis, dalam penelitian ini juga bermanfaat bagi peneliti sebagai tambahan ilmu yang bisa berguna untuk masyarakat banyak. Diharapkan juga bisa bermanfaat bagi pembaca sebagai alat pembanding.

E. Definisi Operasional

Yang perlu dikonsepsikan dalam penelitian ini adalah:

1. Pesan Dakwah

Pesan dakwah adalah salah satu bagian dari komponen-komponen unsur-unsur dakwah.⁴ Arti pesan dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan dari kepada mad'u. Dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi materi dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri. Adapun isi dari materi dakwah yang ada pada kolom renungan ramadhan Radar Surabaya pada dasarnya kebanyakan membahas permasalahan-permasalahan seputar puasa ramadhan. Dalam hal ini puasa ramadhan adalah suatu kewajiban yang harus dijalankan oleh umat Islam.

Pembahasan yang diteliti adalah bagaimana isi pesan dakwah yang ada di rubrik Kajian Ramadhan Harian Radar Surabaya.

Penelitian isi pesan Rubrik Kajian Ramadhan Radar Surabaya terkandung beberapa bidang dalam materi yang terkandung dalam isi pesan media antara lain:

a. Bidang Tauhid

Bidang tauhid adalah ilmu pengetahuan agama yang khusus menetapkan dasar-dasar kepercayaan terhadap Allah, Rasul, Kitab-kitab Allah, Malaikat, Hari Akhir dan Takdir yang semua ini telah diatur dalam agama Islam.⁵

⁴ Wardi Bahtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta, Logos, 1999), h. 31

⁵ Aswadi Syukur, *perbandingan mazhab* (Surabaya, PT.bina ilmu, 1994), h. 4

b. Bidang fiqh

Bidang fiqh adalah ilmu pengetahuan yang hanya mencakup perbuatan-perbuatan yang amali saja, dan pengetahuan hukum ini bersumber dari Ijtihad.⁶

c. Akhlak

Bidang akhlak adalah suatu perbuatan atau tingkah laku manusia yang mendorong agar menghindarkan diri dari segala pemikiran-pemikiran dan sifat-sifat buruk dan keji.⁷

d. Umum

Dalam bidang yang terakhir ini banyak menjelaskan tentang beberapa aspek yang di luar ketiga bidang di atas. Dalam bidang ini lebih condong memberikan suatu pengertian tentang suatu hal yang diluar dari beberapa bidang sebelumnya.

2. Harian Radar Surabaya

Harian Radar Surabaya merupakan salah satu dari anak perusahaan Jawa Pos Group yang berbasis di Jawa Timur yang mempunyai sebuah omset yang sangat besar di bidang penerbitan. Harian Radar Surabaya sebenarnya bukanlah koran baru. Sebenarnya koran ini bernama Suara Indonesia yang waktu itu menjadi satu-satunya koran bisnis yang terbit di Surabaya pada masa itu.

Seiring dengan reformasi tepatnya pada tahun 1998 Suara Indonesia tidak lagi mengkhususkan pada bisnis tetapi menjadi koran

⁶ Aswadie Syukur, LC, *perbandingan mazhab*, h. 4

⁷ Aswadie Syukur, *Perbandingan Madhab*,h 5

reformasi Di mulai Rabu 24 Februari 2001 yang bertepatan dengan Tahun Baru Imlek 2552, Suara Indonesia berubah menjadi Radar Surabaya.

Harian Radar Surabaya merupakan salah satu surat kabar Di dalamnya terdapat empat sesi Radar, yakni Radar Surabaya, Radar Bisnis, Radar Sport, dan Radar Metro. Selain itu Radar Surabaya juga memiliki Rubrik "Jum'atan" dan Rubrik "Kajian Ramadhan".⁸

3. Analisis Isi

Metode Analisis Isi (*Content Analysis*), pada dasarnya merupakan suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah pesan, atau alat untuk mengobservasi dan menganalisis perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih.

Analisis isi menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis isi manifest dari teks media. Berelson (seorang pakar penelitian) (dalam Krippendorf, 1991:16) mendefinisikan analisis isi sebagai teknik penelitian untuk mendeskripsikan secara objektif, sistematis dan kuantitatif isi komunikasi yang tampak (manifest)

Meyer citir pendapat Collin Summer (pakar penelitian), analisis isi kuantitatif terlalu memberikan banyak penekanan pada pengulangan (*repeatability*) dari tanda (berapa kali itu terjadi) dan hanya sedikit memberi perhatian pada signifikasinya bagi khalayak. Setidaknya, tidak menjadi persoalan berapa kali sesuatu sering muncul dalam sistem pesan. Jika pembaca tidak memahaminya, maka repetisi menjadi tidak relevan.

⁸ Pro.il Radar Surabaya

Dengan kata lain, bukanlah signifikansi suatu repetisi yang penting, melainkan repetisi dari signifikansi.⁹

F. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pembahasan dalam skripsi ini maka sistematika pembahasan skripsi ini dibagi menjadi enam bab, terdiri dari:

BAB I : PENDAHULUAN

Pertama, diuraikan tentang gambaran isi dari pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konseptual, dan sistematika pembahasan.

BAB II : PERSPEKTIF TEORETIK

Kedua, menjelaskan perspektif teoritis tentang pesan dakwah media cetak, pengertian pesan dakwah, klasifikasi pesan dakwah, media cetak dakwah yang terdiri dari Harian (surat kabar), koran, dan buku.

BAB III : METODE PENELITIAN

Ketiga, menjelaskan tentang metode penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, sumber data, tahap-tahap penelitian dan teknik analisis data, keabsahan data.

BAB IV : DESKRIPSI UMUM OBYEK PENELITIAN

Keempat, menjelaskan diskripsi lokasi penelitian yang meliputi gambaran umum objek penelitian yaitu yang terdiri dari sejarah singkat radar Surabaya, tujuan radar Surabaya, sasaran

⁹ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2007), h. 145

(segmen media) serta profil media dan sejarah singkat tentang adanya rubrik Kajian Ramadhan.

BAB V : PENYAJIAN DAN ANALISIS HASIL ANALISIS

Kelima, penyajian data dan analisa data.

BAB VI : PENUTUP

Keenam, Penutup yang berisi kesimpulan dari bab-bab diatas, dan saran.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

BAB II

PERSPEKTIF TEORETIK

A. Pesan Dakwah Media Cetak

Sebelum mengarah pada arti pesan dakwah, perlu dijelaskan sedikit tentang arti pesan. Pesan di sini diartikan sebagai bentuk simbol yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dan dapat menimbulkan efek (*Feed Back*).

Lebih jelasnya bahwa pesan adalah tanda (*signal*) atau kombinasi tanda yang berfungsi sebagai stimulus (*pemicu*) bagi penerima tanda. Pesan dapat berupa tanda atau simbol. Sebagian dari tanda dapat bersifat universal, yakni dipahami oleh sebagian besar manusia di seluruh dunia, seperti: senyum sebagai tanda senang, atau asap sebagai tanda adanya api. Tanda lebih bersifat universal dari pada simbol. Ini dikarenakan simbol terbentuk melalui kesepakatan seperti; simbol Negara . Karena terbentuk melalui kesepakatan , maka simbol tidak bersifat alami dan tidak , ula universal.¹

Sedangkan pengertian dari Dakwah, ditinjau dari segi istilah dakwah mengandung arti yang beraneka ragam, namun pada dasarnya yang berbeda-beda adalah redaksinya saja. Akan tetapi setiap ta'rif dakwah memiliki tiga unsur pengertian pokok yaitu:

- a. Dakwah adalah proses penyampaian ajaran Islam dari seseorang kepada orang lain.

¹ Muhammad Mufid, *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*, (Pracanda Media, Jakarta. 2005), h. 4

b. Penyampaian ajaran Islam tersebut dapat berupa Amar Ma'ruf Nahi Munkar (ajarkan dalam kebaikan dan mencegah kepada kemunkaran).

c. Usaha tersebut dilakukan secara sadar dengan tujuan terbentuknya suatu individu atau masyarakat yang taat mengamalkan sepenuhnya seluruh ajaran Islam.

Dari sini jelaslah bahwa dakwah mempunyai pengertian memanggil, mengajak, dan menyeru manusia untuk mengerjakan kebenaran yang ada. Dakwah menurut arti istilah mengandung beberapa arti yang beraneka ragam. Hal ini tergantung kepada sudut pandang para ahli dakwah di dalam memberikan pengertian istilah, yakni:

Dakwah Islam merupakan suatu kewajiban yang harus dilakukan oleh setiap orang Islam guna menyebarkan ajaran Islam yang sesuai dengan firman Allah dalam surat Ali Imron ayat: 104 yang berbunyi:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ

وَأُولَئِكَ هُمُ الْغَالِبُونَ

“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang munkar”. (QS Ali Imron: 104).²

Pesan-pesan dakwah (message) dari pada komunikasi ini secara khas adalah bersumber dari Al-Qur'an yang berbunyi sebagai berikut:

² Departemen Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemahannya*, h 75

الَّذِينَ يُلْفُونَ رَسُولَ اللَّهِ وَيَخْشَوْنَهُ وَلَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ وَكَفَى

باللَّهِ حَسْبِيَ (الأحزاب: ٣٩) digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Artinya: (Yaitu) Orang-orang yang menyampaikan risalah-risalah Allah, mereka takut kepada-Nya dan mereka tiada merasa takut kepada seorang (pun) selain kepada Allah. Dan cukuplah Allah sebagai Pembuat Perhitungan. (Al- Ahzab. 39)

Mengenai risalah-risalah Allah ini, maka Natsir membaginya dalam tiga bagian pokok, yaitu:

- a. Menyempurnakan hubungan manusia dengan khaliqnya, Menyempurnakan hubungan manusia dengan khaliqnya (Hablum Minallah atau Mu'amalah Ma'al Khaliq).
- b. Menyempurnakan hubungan manusia dengan sesamanya (Hablum Minannas atau Hablum Ma'al Khalqi).
- c. Mengadakan keseimbangan (Tawazun) antara kedua itu dan mengaktifkan kedua-duanya sejalan dan berjalan.

Apa yang disampaikan oleh Moh. Natsir (Pakar dakwah) itu sebenarnya adalah termasuk dalam tujuan dari pada komunikasi dakwah, dimana pesan-pesan dakwah hendaknya dapat mencapai sasaran utama dari kesempurnaan hubungan antara manusia (Khalqi) dengan penciptanya (Khaliq) dan mengatur keseimbangan diantara dua hubungan tersebut (Tawazun). Sedangkan yang dimaksud dengan pesan-pesan dakwah itu sendiri sebagaimana yang digariskan oleh Al-Qur'an dan

Sunnah itu sudah diyakini sebagai *all income passing the way of life* bagi setiap tindakan kehidupan muslim, maka pesan-pesan dakwah juga meliputi hampir semua bidang kehidupan itu sendiri. Tidak ada satu bagian pun dari aktifitas muslim terlepas dari sorotan risalah ini.

Dengan demikian yang dimaksud atas pesan-pesan dakwah itu ialah: semua pernyataan yang bersumberkan Al-Qur'an dan Sunnah baik tertulis maupun lisan dengan pesan-pesan (risalah) tersebut.

Pesan dakwah atau materi dakwah merupakan salah satu Unsur yang selalu ada dalam proses dakwah. Maddah dakwah adalah isi pesan atau materi yang disampaikan da'i kepada mad'u.³ Dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi materi dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri.

Materi dakwah menurut Hamzah Ya'qub (seorang ahli dakwah) (di bagi menjadi empat bagian.⁴

1. Aqidah Islam
2. Pembentukan pribadi yang sempurna
3. Pembentukan masyarakat yang adil dan makmur
4. Kemakmuran dan kesejahteraan dunia dan akhirat

Sedangkan Asmuni Syukir (seorang ahli dakwah), membagi materi dakwah menjadi 3 (tiga) bagian antara lain:

- a. Masalah keimanan (Aqidah), yaitu yang mencakup masalah yang erat kaitannya dengan rukun Islam.

³ Muhammad Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*,h. 60

⁴ Hamzah Ya'qub, *Publistik Islam*, (Bandung, Diponegoro, 1981), h. 30

- b. Masalah keislaman (Syari'ah), yaitu hubungan yang erat dengan amal lahir (nyata) dalam rangka mentaati semua aturan-aturan atau hukum Allah, guna mengatur hubungan antara manusia dengan Tuhannya dan mengatur hidup dengan sesama manusia.
- c. Masalah budi pekerti (Akhlakul Karimah), yaitu sebagai pelengkap keimanan dan keislaman seseorang

B. Klasifikasi Pesan Dakwah

Pesan dakwah atau materi dakwah adalah membalas ajaran itu sendiri. Sebab semua ajaran Islam yang luas itu bisa dijadikan materi dakwah, secara global dapatlah dikatakan bahwa materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi beberapa bidang, antara lain:

a. Tauhid

Ilmu tauhid adalah ilmu pengetahuan agama yang telah menetapkan dasar-dasar kepercayaan terhadap Allah, Rasul, Kitab-kitab Allah, Malaikat, Hari Kiamat Dan Takdir.⁵

Sedangkan dalam kamus ilmiah populer juga menjelaskan bahwa pengertian dari Tauhid adalah mengesakan hanya satu Tuhan.⁶

Sedangkan dalam karangan kitab yang lain ilmu Tauhid menjelaskan bahwa ilmu ini mengajak orang agar meyakini dan mempercayai hanya pada satu Tuhan, yaitu Allah SWT.⁷

⁵ Asywadi syukur, *Perbandingan Madzhab*, (Surabaya, PT. Bina Ilmu, 1994), h 5

⁶ Puis A. Pratanto, Dahlan Al-Barri, *kamus ilmiah populer*, (Surabaya, Arkola, tt), h 742

⁷ Abuddin Nata, *Metodologi Studi Islam*, (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2000), h

b. Fiqh

Bidang ini para ulama telah menghimpunkan di dalam suatu ilmu pengetahuan tersendiri yang mereka namakan ilmu Fiqh. Ilmu fiqh ini mereka bagi kepada dua kategori besar-besar.

1. Ibadah ialah kumpulan peraturan yang mengatur hubungan manusia dengan Tuhannya.

Bidang ibadah ini hanya meliputi Muqadimatul Ibadah seperti pembahasan mengenai jenis-jenis air, najis, mandi, wudlu, dan Tayammun dan Maqashidul Ibadah yang meliputi Sembahyang, Puasa, Zakat, dan Haji

2. Muamalah ialah kumpulan peraturan yang mengatur hubungan manusia sesamanya.

Bidang ini sangat luas, karena mencakup lingkungan kebendaan, keluarga, masyarakat, dan Negara. Dari dua kategori diatas, jelaslah fiqh itu merupakan ilmu pengetahuan hukum yang hanya mencakup perbuatan-perbuatan yang amali saja, dan pengetahuan hokum ini bersumber dari ijtihad.⁸

c. Akhlak

Bidang akhlak adalah suatu perbuatan atau tingkah laku manusia yang mendorong agar menghindarkan diri dari segala pemikiran-pemikiran dan sifat-sifat buruk dan keji.⁹

⁸. Asywadie Syukir....., hlm 4

⁹. Asywadie Syukir....., hlm 3

Pengertian yang lain akhlak adalah sebagai penyempurnaan keimanan dan keislaman seseorang terhadap suatu agama.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Dari uraian yang dijelaskan di atas dapat kami jelaskan bahwa pada dasarnya materi dakwah tersebut bersumber kepada al-Qur'an dan al-Hadits. Oleh karena seseorang da'i harus memiliki pengetahuan yang memadai terhadap al-Qur'an dan al-Hadits sebagai materi dakwah yang disampaikan kepada obyek dakwah.

Dalam materi dakwah ini, kami membahas beberapa pokok pembahasan yang kami anggap itu mencakup dalam penelitian kami, yakni Akhlak, Tauhid, Fiqh.

Akan tetapi kalau kita jelaskan bahwa materi dakwah dalam penelitian ini berbentuk tulisan yang juga bisa dikatakan sebagai pesan-pesan yang disampaikan oleh media surat kabar dengan memberikan siraman rohani dengan mengadakan Rubrik Kajian Ramadhan

C. Media Cetak Dakwah

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

1. Media Cetak

Sebelum memberikan pengertian dari media cetak perlu diketahui arti media terlebih dahulu. Secara Harfiah media berarti perantara atau pengantar. Ada yang mendefinisikan media sebagai berikut antara lain:

Media adalah alat fisik atau komponen yang berada dalam lingkungan yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan sehingga dapat merangsang seseorang untuk menyimak visualisasi yang disuguhkan.

Media mempunyai dua pengertian, yaitu dalam arti sempit dan dalam arti luas. Media dalam arti sempit adalah media massa cetak seperti surat kabar, majalah mingguan, tabloid dan sebagainya. Sedangkan media dalam arti luas meliputi media massa cetak, elektronik, antara lain radio siaran dan televisi siaran sebagai media yang menyebarkan karya jurnalistik. Film teaterikal yakni film yang diputar di gedung bioskop walaupun termasuk media komunikasi massa, tidak disebut media sebab tidak menayangkan karya jurnalistik.¹⁰

Jadi tegasnya media adalah lembaga atau badan suatu organisasi yang menyebarkan berita sebagai karya jurnalistik kepada khalayak. Media dan jurnalistik dapat diibaratkan sebagai raga dan jiwa, media adalah aspek raga, karena itu terwujud konkrit, nyata, oleh karena itu ini dapat diberi nama. Sedangkan jurnalistik adalah aspek jiwa, karena itu abstrak, merupakan kegiatan, daya hidup, menghidupi aspek media.

Sedangkan Jurnalistik media cetak dipengaruhi oleh dua faktor, yakni faktor verbal dan visual. Verbal sangat menekankan pada kemampuan kita memilih dan menyusun kata dalam rangkaian kalimat dan paragraf yang efektif dan komunikatif. Visual, menunjuk pada kemampuan kita dalam menata, menempatkan, mendesain tata letak atau hal-hal yang menyangkut segi perwajahan. Materi berita yang ingin disampaikan kepada pembaca memang merupakan hal yang sangat penting. Namun bila berita tersebut tidak ditempatkan dengan baik,

¹⁰ Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Teori dan Pendidikan*, h. 145

dampaknya akan kurang berarti. Hal inilah yang harus diperhatikan oleh bagian desain visual, tata letak, atau perwajahan.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Dalam perspektif jurnalistik, setiap informasi yang disajikan kepada khalayak, bukan saja harus benar, jelas dan akurat, melainkan juga harus menarik, membangkitkan minat, dan selera baca (surat kabar, majalah), selera dengar (radio siaran), dan selera menonton (televisi). Inilah antara lain yang membedakan karya jurnalistik dengan karya lainnya seperti karya ilmiah.¹¹

2. Media Cetak Dakwah (Jurnalistik Islam)

Beberapa tokoh mendefinisikan jurnalistik Islam, antara lain adalah:

a. Emha Ainun Nadjib (Ahli dakwah)

Jurnalistik Islam adalah sebuah teknologi dan sosialisasi informasi (dalam kegiatan penerbitan tulisan) yang mengabdikan diri kepada nilai agama Islam, bagaimana dan kemana semestinya manusia, masyarakat, kebudayaan, dan peradaban mengarahkan dirinya.

b. A. Muis (Ahli dakwah)

Jurnalistik Islam adalah menyebarkan (menyampaikan) informasi kepada pendengar, pemirsa, atau pembaca tentang perintah dan larangan Allah SWT. (Al-Qur'an dan Hadits).

¹¹ AS Haris Sumandirya, *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Features*, (PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2005), h. 4

c. Dedy Djamaluddin Malik (ahli komunikasi dakwah)

Jurnalistik Islam adalah proses meliputi mengolah dan menyebarkan berbagai peristiwa yang menyangkut umat Islam dan ajaran Islam kepada khalayak. Jurnalistik Islam adalah Crusade journalism, yaitu jurnalistik yang memperjuangkan nilai-nilai tertentu, yakni nilai-nilai Islam.

d. Asep Syamsul Ramli (Ahli komunikasi dakwah)

Jurnalistik Islam adalah proses pemberitahuan atau laporan tentang berbagai hal yang sarat dengan muatan nilai-nilai Islam.

Dari sejumlah definisi jurnalistik Islam yang di paparkan oleh para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa definisi jurnalistik Islam adalah suatu proses meliputi, mengolah, dan menyebarkan berbagai peristiwa dengan muatan nilai-nilai Islam dengan mematuhi kaidah-kaidah jurnalistik/ norma-norma yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah Saw, jurnalistik Islam diarahkan kepada dakwah Islamiyah, yaitu mengemban misi Amar Ma'ruf Nahi Munkar.

Tafsir Departemen Agama RI proyek penggantian kitab suci disebutkan definisi dakwah media cetak, adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar menurut perintah Allah SWT, lewat seni tulisan.

Menurut Ali Yafie, dakwah media cetak pada dasarnya menyampaikan informasi tentang Allah, tentang alam/makhluk-

mahluk dan tentang hari akhir/nilai keabadian hidup. Dakwah model ini merupakan dakwah tertulis lewat media cetak.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

3. Keunggulan Dakwah Media Cetak

Menyampaikan informasi massal kepada masyarakat dan menuntut gerakan dakwah harus mampu memanfaatkan hasil/sains, teknologi, dan informasi modern untuk mencapai tujuan dakwah, yaitu memperluas jangkauan pengaruh dakwah.

Cara ini, oleh para ahli sejarah disebut tahap dakwah terang-terangan. Pada tahap ini, dakwah menggunakan mass media cetak, seperti surat kabar, majalah, buletin, brosur, tabloid, dan lain-lain, untuk menyebarkan pikiran-pikiran dan prinsip-prinsip dakwah bi Al-Qalam kepada semua tingkatan manusia. Cara ini memiliki beberapa keunggulan, sebagai berikut:

- a. Tulisan atau sari pena seorang penyampai pesan (da'i) cukup berbicara bahasa lisan setiap hari.
- b. Bahasa tulisan lewat media cetak lebih rapi dan lebih teratur dari pada bahasa lisan karena menulis adalah berpikir dengan teratur.
- c. Pembaca bisa berulang-ulang hingga meresapi.
- d. Dapat diproduksi dalam arti digunakan kembali sehingga akan memudahkan mereka yang tidak berlangganan untuk memperolehnya. Hanya kelemahannya terletak pada segi kecepatan menyampaikan informasi.

- e. Media cetak memiliki kekuatan besar dalam mempengaruhi sekaligus mengubah pola pikir, sikap dan perilaku publik.¹²

Dalam abad reformasi sekarang ini, dakwah juga tidak harus dapat semaksimal mungkin menggunakan media massa modern, seperti: radio, TV, Film, Pers dan sebagainya. Tidak ada yang dapat membantah kemampuan media massa ini dalam penyebaran suatu agama.

Salah satu media yang perlu mendapat perhatian, adalah surat kabar/ media cetak. Karena media ini mempunyai keunggulan dengan media lain. Asmuni Syukir menjelaskan keunggulan media cetak ini adalah mudah dijangkau masyarakat karena harganya relatif murah dibanding dengan media massa lain. Selain dari pada itu sesuai dengan sifatnya atau karakteristik media massa itu dapat dijadikan publikasi yang beraneka ragam, misalnya dengan rubrik khusus timbar agama, karakteristik biasanya yang bernafaskan dakwah dan sebagainya yang khas ciri surat kabar sebagai media dakwah adalah media untuk di hafal sampai mendetail.¹³

Menurut Lazar Feid Dood dan Breesloon (Ahli Jurnalistik) seperti yang dikutip oleh Ali Aziz (Ahli Dakwah) dalam dilatat ilmu dakwahnya menjelaskan kelebihan-kelebihan media cetak ini adalah:

¹² Suf Kasman, *Jurnalisme Universal, Menelusuri Prinsip-Prinsip Dakwah B. Al Qolam Islam Dalam Al Qur'an*, (PT. Khazanah Pustaka Keilmuan, Bandung 2004), h. 127

¹³ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam* (PT. Al Ikhlas, Surabaya, 1981) h. 198

1) **The Reader Control The Exposer**

Medium ini memberikan kesempatan kepada pembaca untuk memilih materi-materi yang sesuai dengan kemampuan dan kepentingannya.

2) **Exposer and Often be Repeated**

Selanjutnya medium yang diwakili oleh pers ini tidaklah terikat oleh suatu dalam mencapai khalayaknya. Bahkan mereka secara bebas dapat melihat kembali materi yang pernah dibacanya untuk mengingatnya atau menguatkan ingatannya.

3) **Treatment May be Fuller**

Medium yang berbentuk tulisan ini, juga dapat mengembangkan suatu topik kepada sesuatu yang diinginkan. Maksudnya topik yang ada dapat dikembangkan dengan melalui medium yang lain, misalnya radio, film, dan televisi.

4) **Specialized Appearance is Possible**

Medium ini selanjutnya hidup dan berkembang dalam keadaan yang tidak diikat oleh standart tertentu dalam hal content keseluruhan dibanding dengan pada medium-medium yang lain. Ia mempunyai kelebihan banyak kemungkinan penempatan yang luas dan kebebasan gaya yang lebih besar dan memenuhi selera pembaca

5) Possible Greter Prestige

Akhirnya media yang hanya ditangkap oleh mata saja, ini dapat memiliki prestise yang tinggi justru karena dalam pembentukan prestise yang bersifat khusus, dapat terbentuk dengan publikasi khusus berdasarkan pada pembiasaan pembaca yang didalamnya terakap perhatian dan kesenangan untuk membaca. Dan atas dasar ini pula maka seseorang akan sangat mudah dipengaruhi oleh pembacanya.¹⁴

Di samping kelebihan yang dimiliki, media cetak juga memiliki kelemahan. Dalam hal ini Asmuni Syukir menjelaskan bahwa media cetak memiliki keterbatasan pada merela yang biasa membaca dan dapat memahami bahasa pers. Selain daripada itu bilamana surat kabar itu rutin akan menghabiskan uang yang relatif banyak jika dibandingkan dengan media yang lainnya.¹⁵

D. Klasifikasi Jurnalistik Media Cetak

Securang-kurangnya ada tiga jenis media cetak: surat kabar, majalah, buku. Sejak masa awal pertumbuhannya hingga saat ini, ketiga jenis media cetak itu telah mengalami perubahan yang amat besar. Dari sisi perwajahnya, spesifikasi, bahasanya, kualitas pesan-pesannya dan lain sebagainya, semuanya telah berubah sejalan dengan perubahan masyarakat dan kemajuan teknologi pendukungnya.

¹⁴ Moch. Ali Aziz, *Diktat Ilmu Dakwah*, (Penerbit Fak. Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, 1993), h. 90-91

¹⁵ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*,...h. 179

1. Harian / Surat kabar

Harian atau surat kabar disebut juga koran merupakan salah satu kekuatan sosial dan ekonomi yang cukup penting dalam masyarakat. Pada awal perkembangannya, di Italia, surat kabar dalam bentuknya "posted bull etnis" kertas yang dipublikasikan secara lokal hingga dalam bentuknya seperti yang sekarang dapat dilihat, dengan jumlah halaman yang banyak serta dalam radiasi publikasi kelas internasional.

2. Majalah

Majalah mulai berkembang sejak akhir abad ke-19, ketika media tersebut hadir sebagai hiburan utama, karena saat itu, baik radio maupun televisi banyak dikenal orang. Selain TV dan radio belum banyak dikenal, juga tidak setiap orang pada saat itu mampu untuk pergi menonton di bioskop-bioskop. Dalam situasi masyarakat seperti itulah kemudian majalah mulai tumbuh dengan membuka halaman iklan sebagai salah satu daya tariknya. Sehingga karena perkembangannya yang cukup pesat baik dalam bentuk ukuran, maupun popularitasnya, lebih banyak majalah itu terjual lebih banyak pula perusahaan tertarik untuk mengiklankan produknya lewat majalah itu. Sehingga pada gilirannya hal itu dapat berpengaruh pada upaya penyediaan halaman-halaman khusus untuk iklan.

3. Buku

Jurnalistik buku kini telah menempati posisi penting sebagai sumber segala informasi: dari yang bersifat hiburan, ketrampilan praktis, hingga yang lebih bersifat ilmiah, dari sisi bentuk dan penampilannya,

buku menyajikan yang terbaik buat pembaca: seperti personal book, foot novel, dan lain sebagainya: bahkan untuk meningkatkan daya tarik pembaca kini buku dilengkapi dengan ilustrasi gambar dan foto, sehingga sepiintas tampak seperti majalah berukuran tebal.¹⁶

E. Kajian Kepustakaan Penelitian

Kajian dan tulisan mengenai analisis teks media di Indonesia sudah banyak ditulis oleh para ahlinya dari berbagai macam kajian. Ketika hendak melakukan penelitian, peneliti mencoba untuk memahami terlebih dahulu apa sajakah penelitian yang terdapat pada analisis media itu. Penelitian tersebut diantaranya:

1. Khamidah Mabruroh, Mahasiswa Fakultas Dakwah Tahun 2001 Jurusan KPI, dengan judul skripsi “ Perspektif Nahdlatul Ulama’ Tentang Negara (Studi Analisis Isi Rubrik Ummurisalah Majalah Aula No. 06 Tahun XX1, 1999 – No. 03 Tahun XX111, 2001). Di sini peneliti mempelajari tentang bagaimana bahasan mengenai masalah Negara dalam Rubrik Ummurisalah. Selain itu, penelitian ini mencakup 3 aspek yakni subyek dakwah, yaitu para tokoh Nahdlatul Ulama’, aspek media dakwah yaitu majalah Aula dan Aspek materi dakwah yang dikhususkan pada masalah negara. Pembahasan masalah negara ini difokuskan pada pendapat para tokoh NU mengenai gejolak pemerintahan KH. Abdurrahman Wahid.

¹⁶ Asepe Saiful Muhtadi, *Jurnalistik Pendekatan Teori dan Praktek*, (PT. Logos, Jakarta, 1999), h. 88-95

2. Agung Hidayat, Mahasiswa Fakultas Dakwah Tahun 2002 Jurusan KPI, dengan judul “Majalah Al Muslimin dan Dakwah Islam: (Sebuah Kajian Tentang Analisis Isi Materi Dakwah yang berorientasi Ajaran Fundamentalisme Edisi Tahun 2000)”. Dari skripsi tersebut, peneliti mencoba menganalisis isi materi dakwah majalah Al Muslimin, apa saja orientasi umum dari majalah tersebut dan benarkah pemikiran dakwah majalah Al Muslimin memiliki orientasi fundamentalisme.
3. Nurul Diah Ngesti Utami, Mahasiswa Fakultas Dakwah Tahun 2003, Jurusan KPI. Mengangkat topik “Tabloid Nurani Sebagai Media Dakwah (Studi Agenda Setting)”. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengungkapkan bagaimanakah latar belakang pengambilan berita pada Tabloid Nurani dan bagaimana proses pengagendaaan berita pada Tabloid Nurani. Peneliti mencoba menggunakan analisis agenda setting dalam menganalisa media dakwah yang ada di Tabloid Nurani.
4. Rahmat Ilyasan, Mahasiswa Fakultas Dakwah Tahun 2004 jurusan KPI. Dengan judul “Analisis Teks Media (Studi Tentang Materi Dakwah Pada Rubrik Kajian Islam Utan Kayu di Harian Fagi Jawa Pos Edisi 16 Februari-16 Maret 2003)”. Di sini peneliti mengemukakan tentang wacana-wacana modern, masalah-masalah keagamaan yang aktual, dan mencoba memperkenalkan gagasan keislaman yang inklusif dan segar di tangan pluralisme ke Indonesiaan. Dalam pembahasan ini, peneliti mengarahkan pada kebebasan berpikir,

memahami keagamaan secara substansial gagasan tentang kemajuan, demokrasi, universalisme, humanisme.

5. Ali Murtadjo, Mahasiswa Fakultas Dakwah Tahun 2004, Jurusan KPI.

Dengan judul skripsi “ Analisis Isi Terhadap Pesan Dakwah Rubrik”Jum’atan” Harian Radar Surabaya (Edisi Bulan Januari -Maret 2004). Di sini peneliti mengemukakan tentang bagaimana isi materi dalam rubrik “Jum’atan” dan bagaimanakah pesan dakwah yang terkandung dalam rubrik “Jum’atan” Harian Radar Surabaya. Skripsi ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitiannya menggunakan analisis isi dalam menganalisis dokumen-dokumen yang terdapat dalam rubrik “Jum’atan” Harian Radar Surabaya.

Pertimbangan itulah yang membuat peneliti tertarik untuk mengangkat pesan dakwah sebagai bahan untuk menganalisis isi pada penelitian ini. Dengan demikian, kajian yang diambil oleh peneliti bukanlah suatu hasil penemuan pertama mengenai Content Analysis (Analisis Isi) pesan dakwah. Hal ini dikarenakan adanya beberapa orang yang telah meneliti tentang Content Analysis. Namun kajian yang diambil peneliti ini bukanlah pengulangan dari apa yang telah dikaji oleh pengkaji lain. Pada penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan hal-hal baru yang belum terungkap dalam kajian yang telah ada terutama menyangkut masalah analisis ini terhadap pesan dakwah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode analisis isi (*content analysis*), pada dasarnya merupakan suatu tehnik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah pesan, atau alat untuk mengobservasi dan menganalisis perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih.¹

Dalam analisis isi media kuantitatif di sini, peneliti akan mampu melihat kecenderungan isi media berdasarkan content proses, dan emergence dari dokumen-dokumen yang diteliti. Artinya lagi kedalaman analisis isi media secara kuantitatif. Akan lebih mendalam dan detail dalam memahami produk sosial atau realitas yang terjadi. Karena perspektif penelitian isi media kuantitatif selalu melihat pesan-pesan media sebagai kumpulan symbol dan lambang representative cultural atau budaya dalam konteks masyarakat.²

Metode penelitian ini peneliti tidak hanya menggunakan data-data secara kuantitatif melainkan pengumpulan datanya juga menggunakan metode kualitatif seperti halnya surat kabar yang telah dikumpulkan oleh peneliti itu di jadikan sebagai data-data kuantitatif, karena sumber datanya dari situ dan dalam penelitian ini peneliti tidak menggunakan tehnik lapangan.

Prinsip-prinsip analisis isi kuantitatif yang selama ini diterapkan adalah prinsip obyektifitas yang diukur dari pembuatan atau penyusunan

¹ Henri Subiakto, *Kursus Penelitian Ilmu Sosial*. (content analysis), (Surabaya, Balai Kajian dan pengembangan SDM fakultas Ilmu sosial dan ilmu politik UNAIR, 1993), hal. 1

² Henri Subiakto, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2001). Hal. 145

kategorisasi. Prinsip obyektifitas yang dimaksud adalah kategorisasi yang disusun atau dibuat dalam sebuah penelitian analisis isi media harus dioperasional. Artinya item-item kategorisasi yang dibuat ini memiliki definisi operasional yang sifatnya tidak menimbulkan pemaknaan ganda atau yang interpretasi yang bervariasi.³

B. Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah sumber dari mana data dapat diperoleh. Dalam hal ini sumber data yang digunakan oleh peneliti adalah dokumentasi-dokumentasi yang ada dalam surat kabar Harian Radar Surabaya.

Dokumentasi-dokumentasi yang ada pada penelitian ini adalah hasil dari penerbitan Radar Surabaya dalam Rubrik Kajian Ramadhan yang diterbitkan mulai tanggal 24 sampai dengan 30 September 2006.

Akan tetapi dari terbitan mulai tanggal 24 September sampai 23 Oktober 2006, yang dibahas dalam penelitian ini adalah hanya 7 terbitan (eksemplar), dengan alasan agar peneliti lebih memfokuskan pada rubrik yang dikaji dalam meneliti dan lebih spesifikasi.

Adapun sumber datanya adalah sebagai berikut:

TABEL: JUDUL, TANGGAL DAN NARA SUMBER

No	judul	Keterangan atau tanggal	Nara Sumber
1	Ukhuwah Wathoniyah	24 September 2006	Suwito Suprayogi (pengurus FP DDII)

³ Burhan.....*Ibid* hal. 144

2	Meraih Hikmah Bulan Berkah	25 September 2006	Murjiono (Muhalligh Jatim)
3	Kasih dan pengampunan	26 September 2006	mashad Bachri (MMI Surabaya)
4	Serakah terhadap Harta	27 September 2006	Alfiyatussholichah (directur Binoculars Indonesia)
5	Do'a untuk sesama Muslim.	28 September 2006	Helmi Jama (Aktivis Al-Irsyad)
6	Puasa Tak membuat Loyo	29 September 2006	As'ad Ali (Peneliti LPAM Surabaya)
7	Perbanyak Dzikir	30 September 2006	Anbar Azeth (Kombas Pol)

Dari sumber data yang diperoleh oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa dengan sumber data yang ada peneliti lebih leluasa dalam melakukan penelitian terhadap isi materi yang akan dibahas nanti.

C. Tahap-Tahap Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti melakukan beberapa tahapan, yaitu:

1. Identifikasi Masalah

Tahapan awal pada penelitian ini adalah bentuk permasalahan-permasalahan merupakan titik tolak bagi keseluruhan penelitian. Permasalahan yang terjadi pada penelitian ini adalah bahwa pada isi rubrik "kajian ramadhan" mengandung pesan dakwah.

2. Penyusunan Judul Skripsi

Langkah selanjutnya yang diambil dalam penelitian ini terlebih dahulu menentukan judul penelitian yang akan kita jadikan penelitian.

Judul dalam penelitian ini peneliti mengambil pembahasan yang bertema “Pesan Dakwah Harian Radar Surabaya” (analisis isi Rubrik Kajian Ramadhan Radar Surabaya edisi 24-30 September 2006).

3. Mengetahui lokasi dan menyeleksi unit analisis

Tahap ini peneliti minta ijin pada radar Surabaya untuk bisa mengenal dan mengetahui lokasi yang akan dijadikan sebagai bahan penelitian. Kemudian peneliti mengumpulkan data-data rubrik “kajian Ramadhan” mulai edisi 24-30 september 2006.

D. Melakukan Analisis Data

Kegiatan analisis data merupakan suatu proses penyederhanaan data kepada bentuk yang mudah di baca dan selanjutnya di interpretasikan. Data-data yang telah terkumpul dan sudah di interpretasikan akan di analisis berdasarkan pada teori-teori yang ada.

Tahap awal, peneliti mengumpulkan data-data yang akan diteliti, lalu peneliti mengelompokkan atau mengkategorisasikan dalam tiga bentuk pesan dakwah, yang meliputi bidang Tauhid, Fiqh, dan Akhlak. Setelah data dikategorisasikan, kemudian data dianalisis berdasarkan pada teori-teori yang ada. Yang terakhir peneliti menganalisisnya dalam bentuk prosentase. Jadi peneliti di sini menggunakan metode analisis isi kuantitatif.

E. Tehnik Pengumpulan Data

1. Dokumen

Pada penelitian ini dokumen merupakan bahan yang paling utama, mengingat dokumen adalah bahan yang akan dianalisis oleh peneliti. Pada penelitian ini, dokumen menggunakan bentuk teks-teks yang terdapat dalam rubrik "Kajian Ramadhan Harian Radar Surabaya Edisi 24-30 september 2006".

Pada tehnik pengumpulan datanya, peneliti mengumpulkan dulu data-data dokumen yang ada di Radar Surabaya kemudian mengkategorikan dan menganalisisnya.

2. Wawancara

Wawancara ini dilakukan dalam rangka untuk menamnah data-data yang sudah ada. Jadi wawancara di sini hanyalah sebagai pelengkap bila agar data yang sudah di dapat peneliti tidak diragukan validitasnya.

F. Tehnik Analisis Data

Tehnik analisis data ini kami menggunakan unit analisis referensial.

Adapun definisi dari unit analisis referensial itu bisa dikatakan sebagai obyek, peristiwa, orang, tindakan, negara, ataupun ide tertentu yang dirujuk oleh sebuah ungkapan.⁴

Dalam unit referensial ini peneliti akan sering menggunakan symbol dengan upaya untuk menjelaskan nilai-nilai yang terkandung dalam symbol tersebut. Unit analisis nantinya akan memberikan suatu gambaran tentang

⁴ Klaus, krippendrof, *Analisis Isi. Penganalar Teori Dan Metodologi*. (Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada, 1993), hal. 74

tema-tema yang akan dijadikan rujukan yang nantinya akan mengarah pada kategorisasi yang ada. Adapun kategorisasi yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah kategorisasi bidang Tauhid, Fiqih, dan Akhlak.

Sedangkan teknik analisis data yang kami terapkan adalah:

1. Sistem Kategorisasi atau mengelompokkan.

Yaitu suatu tehnik yang di dalam proses analisisnya akan memberikan gambaran pada pengelompokkan data yang merujuk pada kriteria tertentu.

Pembuatan kategori menurut Henri Subiyakto setidaknya harus memenuhi unsur-unsur, 1). Kategori harus berkaitan dengan penelitian. 2). Bersifat fungsional. 3). Sistem kategori harus dapat dipakai.⁵

Kategorisasi dalam penelitian ini sangatlah penting karena ini yang dijadikan sebagai alat untuk meneliti suatu permasalahan dan kategorisasi ini juga sebagai alat untuk menentukan pembahasan-pembahasan yang ada dalam Surat Kabar Radar Surabaya.

Sedangkan pembahasan-pembahasan yang ada dalam materi Kajian Ramadhan bisa dikategorikan menjadi tiga hal yakni bidang Tauhid, Akhlak, dan Fiqh.

a. Kategorisasi dalam Bidang Tauhid

- 1) Iman kepada Allah
- 2) Iman kepada malaikat
- 3) Iman kepada kitab-kitabnya
- 4) Iman kepada rasul-rasulnya

⁵ Henri Subiyakto, *Kurus Penelitian Ilmu Sosial, (Content Analysis)*, (Surabaya, Balai Kajian Dan Pengembangan SDM Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik UNAIR, 1993), hal. 9

- 5) Iman kepada hari akhir
- 6) Iman kepada qadla dan qadar
- 7) Memberikan ampun (maghfirah)
- 8) Ibadah yang nilainya di lipat gandakan
- 9) Mendekatkan diri kepada Allah SWT
- 10) Mendapatkan rahmat dari Allah
- 11) Mendapatkan ni'mat dari Allah dan lain-lain

Secara murni kategori ini digunakan sebagai alat coding untuk menguraikan kalimat yang mengandung pesan dakwah dalam bidang Tauhid. Semua contoh yang disebutkan di atas adalah sebagai acuan untuk mengkategorisasikan kalimat dalam judul tersebut. Jadi untuk mengkategorisasikannya peneliti menggunakan acuan sebagaimana pengertian Tauhid, yakni cenderung mengarah pada persoalan yang menyangkut tentang Ketuhanan, mengajak manusia untuk menyakini dan mempercayai makhluk-makhluk ciptaanNya.

b. Kategori Dalam Bidang Fiqih

Dalam kategori ini di bagi menjadi dua bagian diantaranya adalah:

- 1) Fiqh Ibadah
 - a) Thaharah
 - b) Shalat
 - c) Zakat
 - d) Puasa
 - e) Haji

- f) Perintah Puasa
 - g) Syari'at puasa
 - h) Kewajiban Puasa
 - i) Mengeluarkan Zakat
- 2) Fiqh Muamalah.
- a) Menahan lahar dan dahaga
 - b) Mengurangi nilai pahala puasa
 - c) Mengendalikan hawa nafsu
 - d) Haram dan halal
 - e) Batalnya puasa
 - f) Syarat syahnya puasa
 - g) Kewajiban bagi orang yang mampu menjalankan ibadah puasa
 - h) Dan lain-lain

Secara murni kategori ini digunakan sebagai alat coding untuk mengetahui kalimat yang mengandung pesan dakwah dalam bidang Fiqh. Semua contoh yang disebutkan di atas antara Fiqh Ibadah dan Fiqh Muamalah digunakan peneliti sebagai acuan untuk mengkategorisasikan kalimat yang mengandung pesan dakwah dalam judul tersebut. Dengan kata lain peneliti mengkategorisasikannya dengan berpijak pada pengertian Fiqh, yakni cenderung mengarah pada persoalan yang menyangkut pada masalah ibadah dan juga hukum-hukum Islam.

c. Kategori Dalam Bidang Akhlak

1) Akhlak terhadap Tuhan

2) Akhlak terhadap sesama manusia

3) Akhlak terhadap flora dan fauna

4) Berbuat baik

5) Menjalankan perintah amar ma'ruf nahi mungkar

6) Dilarang menggunjing terhadap sesama manusia.

7) Meninggalkan larangan-Nya

8) Ikhlas

9) Sosial

10) Jujur

11) Dan lain-lain

Secara murni kategori ini digunakan sebagai alat coding untuk mengetahui kalimat yang mengandung pesan dakwah dalam bidang

Akhlak. Semua contoh yang disebutkan di atas adalah sebagai acuan untuk mengkategorisasikan kalimat yang mengandung pesan dakwah dalam

judul tersebut. Dengan kata lain peneliti mengkategorisasikannya dengan berpijak pada pengertian dari Akhlak, yakni kalimat yang di dalamnya menjelaskan tentang suatu perbuatan atau tingkah laku yang mendorong manusia agar menghindarkan diri dari segala pemikiran-pemikiran dan sifat-sifat yang buruk dan keji.

Dari kategori yang disebutkan diatas dapat kita tarik pengertian dari masing-masing bidang yaitu:

Pertama, persoalan yang membahas dalam bidang Tauhid cenderung mengarah pada persoalan yang menyangkut tentang keuhanan, mengajak manusia untuk meyakini dan mempercayai makhluk-makhluk ciptaan Nya.⁶

Kalau melihat dari kategori dan pengertian di atas dapatlah di tarik sebuah pengertian, bahwa ilmu tauhid di sini menjelaskan tentang hubungan manusia dengan tuhan.

Kedua. Membahas masalah Fiqih itu cenderung mengarah pada persoalan yang menyangkut dua permasalahan yaitu masalah ibadah, memahami dan juga membahas tentang hukum-hukum Islam.

Ketiga, sedangkan yang terakhir adalah membahas masalah akhlak yang di dalamnya menjelaskan tentang hubungan antara manusia, perbuatan yang ada pada diri sendiri (baik dan buruk), perilaku sosial, dan sikap-sikap yang terpuji yang bisa di tunjukkan kepada sesama manusia ataupun juga dengan flora dan fauna.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

2. Analisis Prosentase

Setelah data dikelompokkan, maka sesuai dengan jenis penelitian ini, peneliti akan menganalisis data tersebut berdasarkan frekwensi kemunculannya dalam Rubrik Kajian Ramadhan Radar Surabaya yang di analisa, serta dengan keseluruhan isi dari obyek penelitian.

Sedangkan frekwensi keluarnya kategori dalam isi media yang di teliti, akan di analisa dengan menggunakan prosentase, dengan rumus:

⁶ H.M. Asywadi syukur, *Perbandingan Madzhab*, (Surabaya, Bina Ilmu, 1994), hal. 3

$$P = \frac{F}{N} \times (100\%)$$

Di mana:

P: prosentase frekwensi kategori muncul

F: frekwensi kategori muncul

N: Jumlah kalimat dalam satu tulisan yang di analisis.

G. Tehnik Keabsahan Data

Pada tehnik ini, peneliti akan mengeksposkan hasil penelitian guna memperoleh masukan dan sekaligus dilakukan diskusi analisis dengan rekan-rekan peneliti serta dosen pembimbing. Tehnik ini diambil penulis dengan harapan untuk memperoleh masukan-masukan guna keberhasilan peneliti dalam penelitian ini. Selain itu juga dapat menambah peneliti dalam menyikapi data yang diperoleh untuk mendapatkan klarifikasi penafsiran yang sesuai dengan teori dan metodologi yang dipakai peneliti.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

BAB IV

DESKRIPSI UMUM OBYEK PENELITIAN

A. Sejarah Berdirinya Harian Radar Surabaya

Saat itu pada bulan November 1976, seorang pengusaha galangan kapal yang bernama Askan Suryaji tertarik untuk mendirikan lembaga media cetak atau koran, kemudian beliau mengajak rekan-rekan wartawan untuk membantu merealisasikan rencana tersebut. Tepatnya pada tanggal 10 November 1976 berdirilah sebuah lembaga media cetak dengan nama Suara Indonesia. Media cetak tersebut membawa visi untuk semua segmen karena informasi yang ditampilkan adalah informasi yang umum dan bukan khusus. Di kota Surabaya Surat kabar Tersebut bertahan Sampai tahun 1981.

Selanjutnya pada tahun 1981, suara Indonesia dibeli oleh bapak Wali Kota Malang yakni Sugiono. Dengan bergantian pemilikan tersebut, maka media tersebut beralih visi yang tadinya untuk semua segmen berubah menjadi sebuah segmen daerah, yakni hanya sekitar Malang. Walaupun Surat Kabar menjadi sebuah segmen daerah di kota Malang, namun halaman Surabaya tetap ada. Mengingat orang-orang Malang dan Orang-orang Surabaya yang ada di kota Malang juga berkeinginan untuk mengetahui informasi yang ada di kota Surabaya. Kantor Suara Indonesia ini dipusatkan di kampung Gadang, sedang kantor cabang di Surabaya terletak di daerah Tegal Sari.

Lambat laun media tersebut menjadi besar dan mulai dikenal oleh masyarakat. Melihat akan hal itu, media cetak Jawa Pos Group mengajak untuk bergabung menjadi anak group dari Jawa Pos, Akhirnya hal itu

terrealisasi. Ketika berjalan selama dua tahun Surat Kabar tersebut dinilai menjadi pesaing bagi Jawa Pos, maka suara Indonesia merubah Visinya dalam digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id menampilkan berita merujuk pada kondisi tersebut. selanjutnya Suara Indonesia hanya membawa satu visi yakni informasi tentang bisnis semata, dan hanya beredar pada segmentasi masyarakat bisnis. Tepatnya hal itu terjadi pada tahun 1990 sampai 1998.

Ketika gerbang reformasi bergulir, pada tanggal 21 April 1998 Suara Indonesia mengubah gaya pemberitaannya, tidak lagi menjadi koran bisnis, namun menjadi koran umum, yang mana Surat Kabar tersebut menyuguhkan berita tentang reformasi yang dibawa oleh tokoh-tokoh reformis. Mulai tahun itulah Suara Indonesia bukan lagi mengkhususkan pada masalah bisnis. Namun menjadi Surat Kabar umum yang berorientasikan pada berita reformasi. Tetapi dengan bergulirnya waktu, banyak tokoh-tokoh yang tidak komitmen terhadap visi dan misi tentang reformasi, ternyata hal itu berdampak pada kelangsungan hidup Suara Indonesia. Konsekuensinya masyarakat mulai tidak mempercayai isi dari berita Suara Indonesia. Akibatnya Surat Kabar tersebut ditinggalkan pembacanya dan hanya bertahan selama tiga tahun yakni pada tahun 2001.

Tahun 2000 Jawa Pos Group membuat gebrakan yakni dengan mendirikan Surat Kabar daerah, yang biasa disebut GERBANG KERTASUSILA (Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo, Lamongan), yang membawa visi di daerahnya masing-masing. Dan tepatnya mulai hari Rabu, tanggal 24 Januari 2003 yang mana bertepatan dengan Tahun

baru Imlek 2552, bapak Sirojd selaku pemimpin Redaksi merubah nama Surat Kabar tersebut menjadi Radar Surabaya dan nama tersebut tetap berjalan hingga saat ini. Harian Radar Surabaya menempati kantor yang terletak di gedung Graha Pena lantai IV jl. Ahmad Yani 88 Surabaya.

B. Tujuan

Tujuan dari berdirinya Radar Surabaya adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai kondisi wilayah, kinerja pemerintahan, dan juga sebagai penyambung lidah rakyat dalam menyampaikan aspirasinya.

Tujuan yang lain dengan adanya Rubrik Kajian Ramadan. Di Radar Surabaya untuk memberikan suatu pandangan tentang ajaran Islam, memberikan pengertian tentang puasa, memberikan Siraman rohani kepada masyarakat (pembaca) dan juga tidak ketinggalan sebagai media pendidikan agama bagi umat Islam untuk mempelajari ibadah yang penuh dengan hikmah.

C. Sasaran (Segmen Media)

Radar Surabaya, pada awalnya bernama SUARA INDONESIA, Harian pagi 24 halaman, kecuali pada hari minggu terbit 20 halaman Full Color. Bertiras 117 ribu eksemplar per hari. Terbit setiap hari termasuk hari minggu dan hari besar. Alamat kantor gedung Graha Pena Lantai IV jl. A. Yani 88 Prosentase pembaca Harian Radar Surabaya, sebagai berikut:

Profil Pembaca:

1. Profesi Pembaca:

- Profesional : 37,5 %
- Wiraswasta : 25 %

- Pekerja : 17,5 %
- PNS/TNI/Polri : 10 %
- Manasiswa : 6 %
- Lain-Lain : 4 %

2. Usia Pembaca

- 15-19 Tahun : 10 %
- 20-24 Tahun : 21 %
- 25-39 Tahun : 50 %
- 40 Tahun Ke atas : 19 %

3. Persentasi Distribusi

- Surabaya : 68,7 %
- Gerbang Kerta Susila : 17,6 %
- Jawa Timur : 10,2 %
- Jakarta : 3,5 %

D. Profil Media

Harian Radar Surabaya sebenarnya bukanlah koran baru. Sebenarnya koran ini bernama Suara Indonesia yang waktu itu menjadi satu-satunya koran bisnis yang terbit di Indonesia pada masa itu.

Seiring dengan reformasi kemudian tepatnya pada tahun 1998 suara Indonesia tidak lagi mengkhususkan pada bisnis tetapi menjadi koran reformasi. Dan mulai Rabu 24 Februari 2001 yang bertepatan dengan tahun baru Imlek 2552, Suara Indonesia barulah berubah menjadi Radar Surabaya dengan tetap menjadi koran umum.

Berikut kami ketengahkan Profil Radar Surabaya:

1. Profil Media

Nama Media	: Radar Surabaya
Alamat Redaksi	: Graha Pena lt. IV jl. A. Yani 83 Surabaya
Terbit Perdana	: Rabu, 21 Februari 2001
Bahasa	: Indonesia
Jumlah Halaman	: 24 Halaman (6 halaman diantaranya Full color kecuali hari minggu 20 halaman)
Tiras	: 117 ribu eksemplar/ hari

2. Rubrikasi Atau Lingkup Bahasan

Rublikasi Terlengkap Berita Surabaya dan GERBANC

KERTASUSILA meliputi:

- Nasional
- Internasional
- Politik
- Opini dan Tajuk
- Laporan lengkap di eksekutif
- Laporan lengkap di Legislatif/ DPRD
- Laporan kriminal seputar mafia peradilan
- Laporan kriminal Kota dan kinerja Penegak Hukum
- Laporan bisnis dan transaksi perdagangan
- Liputan olah raga, pendidikan dan hiburan
- Berita-berita Daerah di Jawa Timur

- Life Style dan konsultasi

3. Manajemen Penerbitan Radar Surabaya.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

Staf dan Redaksi Radar Surabaya.

Pimpinan Redaksi : Lilik Widiarto

Pimpinan redaksi : H. M. choirul Shodiq

Direktur : Max Wangge, Rahmat Adhy Kurniawan,
Sugeng Irianto, yuli Seto Budi, Henjarto AL
Sidarto, Wijayanto Agus Wahyudi, Dwi
Arifin, Asikin, Ahmad Syaikhri, Hafida.

Koord. Liputan : H.M. chorul Shodiq, Sumarno

Staf Redaksi Surabaya : M. Zainuddin, agung Nugroho, Rizki
Diniarto, Roudlon, Lainun Nadzirah, M.
Faruq asrori, Diah Sukartini, Notila Wati
Anisa, Indah Sukmawati, Rahman, jaini,
wahyu Setyo Darmawan, Windi Ariestran.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

E. Sejarah Rubrik Kajian Ramadhan.

Surat kabar sebagai media komunikasi adalah merupakan faktor yang memegang peranan dalam kegiatan dakwah. Karena pada dasarnya kegiatan komunikasi dan dakwah sifatnya saling mengisi dan saling melengkapi. Kegiatan dakwah, komunikasi menggunakan media massa Surat Kabar sebagai sarana berdakwah sangat dibutuhkan demi terciptanya tujuan dakwah, karena dengan dakwah seperti ini berarti dapat terlaksananya kegiatan-kegiatan atas tugas-tugas komunikasi.

Oleh sebab itu dapat dikatakan bahwa hubungan komunikasi dan dakwah merupakan kausal, artinya sering dilakukan berarti dakwah itu semakin baik kualitasnya. Begitu pula sebaliknya jika dakwah dilakukan secara intensif maka komunikasi juga akan berhasil dengan baik dan bisa dikatakan berhasil dengan baik.

Kalau kita melihat dari segi judul dan kajian Ramadhan, tampak jelas bahwa rubrik itu muncul tepatnya pada bulan Ramadhan dan penulisan seperti ini muncul baru pertama kali di Rubrik Kajian Ramadhan pada Surat Kabar Radar Surabaya sebagai alat untuk berdakwah.

Rubrik kajian Ramadhan ini muncul setelah adanya pemikiran untuk memberikan informasi kepada khalayak dan bisa dijadikan sebagai siraman rohani. Sedangkan waktu munculnya rubrik ini bertepatan pada bulan puasa sehingga rubrik ini juga mempunyai kewajiban untuk memberikan wawasan kepada khalayak sekilas puasa Ramadhan.

Data yang akan dijadikan penelitian dalam skripsi ini terdapat pada tabel dibawah ini, antara lain:

Tabel data Rubrik Kajian Ramadhan

TABEL: JUDUL, TANGGAL DAN NARA SUMBER

No	judul	Keterangan atau tanggal	Nara Sumber
1	Ukhuwah Wathoniyah	24 September 2006	Suwito Suprayogi (pengurus FP. DDII)
2	Meraih Hikmah Bulan Berkah	25 September 2006	Mudjiono (Muballigh Jatim)
3	Kasih dan	26 September	mashad Bachri

	pengampunan	2006	(MMI Surabaya)
4	Serakah terhadap Harta	27 September 2006	Alfiyatussholichah (directur Binoculars Indonesia)
5	Do'a untuk sesama Muslim	28 September 2006	Helmi Cama (Aktivis Al-Irsyad)
6	Puasa Tak membuat Loyo	29 September 2006	As'ad Alf (Peneliti LPAM Surabaya)
7	Perbanyak Dzikir	30 September 2006	Anwar Azeth (Kombas Pol)

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

BAB V

PENYAJIAN DAN ANALISIS HASIL ANALISIS

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

A. Penyajian Hasil Analisis

Dalam penyajian hasil analisis ini peneliti memberikan gambaran dari judul-judul yang akan dianalisis dalam penelitian nanti. Adapun hasil analisis-hasil analisis dalam penelitian ini, antara lain:

TABEL I
Ukhuwah Wathoniyah
24 September 2006

No	Kategori	Hasil Analisis	Keterangan
1	Tauhid	- Tidak ada pernyataan tentang tauhid	-
2	Fiqh	- Melalui Ibadah Puasa, kita dituntut taat hukum - Amarah bisa menghilangkan puasa	Alinea ke-3 Alinea ke-4
3	akhlak	- Umat Islam sudah terikat untuk menjaga kesatuan, keutuhan bangsa dan negara Indonesia - Dengan puasa, kita dituntut mengendalikan amarah, pema'af, tidak bohong, dan tidak mengadu domba - Perkataan "saya sedang puasa" adalah perkataan seorang pema'af	Alinea ke-2 Alinea ke-4 Alinea ke-5
Jumlah Proposisi kategori Tauhid			-
Jumlah Proposisi kategori fiqh			2 (Dua)
Jumlah Proposisi kategori Akhlak			3 (Tiga)
Jumlah total kalimat			22

TABEL II
Meraih Hikmah Di Bulan Berkah
25 September 2006

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

No	Kategori	Hasil Analisis	Keterangan
1	Tauhid	<ul style="list-style-type: none"> - Sedangkan untuk puasa, Allah sendiri yang akan memberikan pahalanya, karena puasa itu untuk-Ku (Allah) - Diantara nikmat yang diturunkan di bulan Ramadhan ini adalah, Allah menjadikan rasa cinta tumpah dalam hati seluruh mukmin - Barang siapa menjalin hubungan dengan Tuhannya di sana, maka dia akan mendapatkan keuntungan yang besar dan penuh berkah - Keuntungan apalagi yang lebih besar dari pada menerima ampunan Allah dan diselamatkan dari api neraka 	<p>Alinea ke-2</p> <p>Alinea ke-3</p> <p>Alinea ke-7</p> <p>Alinea ke-7</p>
2	Fiqh	<ul style="list-style-type: none"> - Mengerjakan amalan sunnah pahalanya seperti mengerjakan amalan wajib - Dalam suatu Hadits, Rosulullah Muhammad SAW bersabda: "Barang siapa yang menyambut dengan gembira kedatangan bulan suci Ramadhan maka diharamkan tubuhnya dari api neraka apa saja. 	<p>Alinea ke-2</p> <p>Alinea ke-4</p>

3	akhlak	<ul style="list-style-type: none"> - Di bulan yang penuh rahmat, kemuliaan, dan ampunan ini, marilah memperbanyak menabur amal untuk meraih hikmah serta menuai berkah - Dalam bulan Ramadhan ini, ada peringatan praktis sebulan penuh yang mengajak kepada sikap kasih sayang persamaan dan lemah lembut kepada individu lain - Salah satu amal yang paling utama pahalanya adalah memberikan makan untuk berbuka puasa 	<p>Alinea ke-4</p> <p>Alinea ke-5</p> <p>Alinea ke-6</p>
Jumlah Proposisi kategori Tauhid		4 (Empat)	
Jumlah Proposisi kategori fiqh		2 (Dua)	
Jumlah Proposisi kategori Akhlak		3 (Tiga)	
Jumlah total kalimat		21	

TABEL III

Kasih Dan Pengampunan

26 September 2006

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

No	Kategori	Hasil Analisis	Keterangan
1	Tauhid	<ul style="list-style-type: none"> - Umat Islam yang menjalankan ibadah, tentunya ingin mendapatkan semua itu, yaitu mendapatkan kasih sayang dari Allah, diampunkan segala dosa, dan tidak masuk neraka. - Barang siapa menghidupkan (malam) Ramadhan atas iman dan berharap pahala dari Allah, maka diampuni 	<p>Alinea ke-1</p> <p>Alinea ke-6</p>

		dosanya yang telah dikerjakan sebelumnya.	
2	Fiqh	<ul style="list-style-type: none"> - Apalagi dibulan ini, ibadah Sunnah diberi pahala ibadah wajib. - Sedangkan ibadah puasa, Allah sendiri yang menentukan pahalanya. - Ibadah utama setelah berbuka puasa adalah sholat malam atau sholat tarawih. - Puasa dan Al-Qur'an akan memberi Syafa'at bagi seorang hamba dihari kiamat nanti. - Do'a orang yang berpuasa tidak akan ditolak hingga saat berbuka. 	<p>Alinea ke-2</p> <p>Alinea ke-3</p> <p>Alinea ke-5</p> <p>Alinea ke-8</p> <p>Alinea ke-9</p>
3	akhlak	<ul style="list-style-type: none"> - Perlu memperbanyak amalan di bulan Ramadhan ini. - Perbanyaklah sedekah dibulan ini karena Rosulullah sangat dermawan dibulan Ramadhan. 	<p>Alinea ke-2</p> <p>Alinea ke-9</p>
Jumlah Proposisi kategori Tauhid			2 (Dua)
Jumlah Proposisi kategori fiqh			5(Lima)
Jumlah Proposisi kategori Akhlak			2 (Dua)
Jumlah total kalimat			26

TABEL IV
Do'a Untuk Sesama Muslim

27 September 2006

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

No	Kategori	Hasil Analisis	Keterangan
1	Tauhid	<ul style="list-style-type: none"> - Maka perbanyaklah do'a dan zikir kepada Allah SWT, khususnya ketika akan berbuka puasa, setelah shalat, dan seperti waktu malam - Ya Tuhan kami, beri ampunlah kami dan saudara-saudara kami yang telah beriman terlebih dahulu dari kami - Bahwa muslim yang masih hidup dianjurkan mendo'akan saudaranya sesama muslim yang telah meninggal agar mendapatkan pengampunan dari Allah SWT atas dosa-dosa mereka. - Allah Ridho kepada mereka dan mereka pun Ridho kepada Allah, dan Allah menyediakan bagi mereka surga-surga yang mengalir sungai-sungai di dalamnya. 	<p>Alinea ke-1</p> <p>Alinea ke-3</p> <p>Alinea ke-4</p> <p>Alinea ke-5</p>
2	Fiqh	<ul style="list-style-type: none"> - Sebab, do'a itu bisa menghilangkan permusuhan dan kedengkian sesama muslim - Mendoakan sesama muslim akan menghilangkan rasa dengki diantara mereka 	<p>Alinea ke-2</p> <p>Alinea ke-4</p>

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

3	akhlak	- Karena keistimewaan mereka, maka amalan dan kebaikan mereka tidak pernah dapat dibandingkan dengan generasi berikutnya.	Alinea ke-7
Jumlah Proposisi kategori Tauhid			4 (Empat)
Jumlah Proposisi kategori fiqh			2 (Dua)
Jumlah Proposisi kategori Akhlak			1 (Situ)
Jumlah kalimat			19

TABEL V
Puasa Tak Membuat Loyo
28 September 2006

No	Kategori	Hasil Analisis	Keterangan
1	Tauhid	- Tidak ada pernyataan tentang Tauhid	Alinea ke-1
2	Fiqh	- Dalam terma Agama kerja adalah Ibadah - Nabi Bersabda, "Apabila salah seorang diantara kamu berpuasa, maka janganlah berkata dan jangan membentak. - Tujuan puasa adalah meningkatkan kualitas takwa. - Bekerja juga merupakan suatu kewajiban bagi setiap muslim dan tercatat sebagai amal ibadah. - Bukankah Allah dan Rosulnya lebih mencintai tangan-tangan yang bekerja dari pada tangan yang malas dan	Alinea ke-4 Alinea ke-7 Alinea ke-9 Alinea ke-11 Alinea ke-11

		berpangku tangan. - Allah menyukai pekerjaan yang dilakukan dengan keuletan, peras keringat, dan banting tulang	Alinea ke-13
3	akhlak	- Artinya, puasa memberikan pelajaran untuk selalu bersikap positif.	Alinea ke-8
Jumlah Proposisi kategori Tauhid			
Jumlah Proposisi kategori fiqh			6 (Enam)
Jumlah Proposisi kategori Akhlak			1 (Satu)
Jumlah kalimat			43

TABEL VI
Perbanyak Zikir
29 September 2006

No	Kategori	Hasil Analisis	Keterangan
1	Tauhid	- Zikir Sebagai, Sarana Meningkatkan Dan Memuji Kebesaran Allah Adalah Sebagai Perwujudan Rasa Syukur Atas Nikmat Yang Diberikan-Nya.	Alinea ke-3
		- "Berzikirlah (ingatlah) kepada Tuhan mu dalam hatimu dengan perasaan merendahkan diri dan takut.	Alinea ke-5
		- "Maka berzikirlah (ingatlah) kepada-Ku, pasti akupun ingat kepadamu.	Alinea ke-6
		- Untuk bisa meraih kasih sayang dari Allah tadi, sang hamba harus selalu ingat kepada-Nya, antara lain dengan berzikir.	Alinea ke-7

2	Fiqh	<p>- Cukup banyak nikmat Allah SWT yang diberikan kepada hamba-Nya.</p> <p>- Allah memerintahkan kepada hamba-Nya yang beriman untuk memperbanyak zikir.</p> <p>Allah menurunkan Rahmat atau kasih sayang-Nya kepada para hamba-Nya yang beriman dan bertakwa.</p>	<p>Alinea ke-2</p> <p>Alinea ke-3</p> <p>Alinea ke-7</p>
3	akhlak	Tidak ada pernyataan tentang Akhlak	-
<p>Jumlah Proposisi kategori Tauhid</p> <p>Jumlah Proposisi kategori fiqh</p> <p>Jumlah Proposisi kategori Akhlak</p> <p>Jumlah kalimat</p>			<p>4 (Empat)</p> <p>3 (Tiga)</p> <p>-</p>

TABEL VII
Serakah Terhadap harta
30 September 2006

No	Kategori	Hasil Analisis	Keterangan
1	Tauhid	<p>- Hingga akhirnya Allah menenggelamkan korup kedalaman perut bumi bersama hartanya.</p> <p>- Fir'aun karena keserakahannya sampai mengakui dirinya Tuhan.</p>	<p>Alinea ke-3</p> <p>Alinea ke-2</p>
2	Fiqh	- Melalui ibadah puasa, manusia diingatkan agar tidak serakah terhadap harta.	Alinea ke-13
3	akhlak	- Kita juga dapatkan ada orang yang dihormati dan dicintai banyak orang karena akhlaknya.	Alinea ke-7

	- Yang hidup dalam banyak kemiskinan sabarlah pasti ada hikmah di balik itu.	Area ke-21
Jumlah Proposisi kategori Tauhid		2 (Dua)
Jumlah Proposisi kategori fiqh		1 (Satu)
Jumlah Proposisi kategori Akhlak		2 (Dua)
Jumlah kalimat		45

B. Analisis Data

TABEL VIII
Prosentase Frekwensi kategori pada judul I

Kategori	F	P(%)	Pk(%)
Tauhid	0	0	0
Fiqh	2	40	10
Akhlak	3	60	14
Jumlah frekwensi (N)	5	100	24
Jumlah kalimat (Nk)	22	-	100

Secara umum, pada Rubrik Kajian Ramadhan yang berjudul "Ukhuwah Wathoiyah" yang dimuat pada tanggal 24 September 2006 di Radar Surabaya ini pesan dakwah didominasi oleh kategori Akhlak, dengan menyajikan 3 kalimat (60%) dari total kalimat pesan dakwah yang ada dalam tulisan tersebut. Satu kalimat dari 13 kalimat tersebut, menyingkap tentang umat Islam yang harus menjaga kesatuan dan keutuhan bangsa Indonesia. Sedangkan dua kalimat lagi, penulisnya menyebutkan tentang hal yang dilakukan ketika berpuasa. Jika dibandingkan dengan total kalimat yang ada, maka kalimat yang masuk kategori Akhlak hanya 14%.

Sedangkan 2 kalimat lainnya (40%), penulisnya mengungkap pesan dakwah dalam kategori fiqh. dengan mneyingkap tentang kewajiban berpuasa, dan satu kalimat lainnya menyebutkan, tentang hal yang bisa menghilangkan pahala puasa. Bila dibanding dengan total jumlah kalimat, hanya ada 10% pesan dakwah dalam kategori fiqh.

Pada tulisan ini tidak diketengahkan pesan dakwah yang masuk dalam kategori Tauhid atau 0% dari total pesan dakwah atau dari total kalimat yang ada.

TABEL IX
Prosentase Frekwensi kategori pada judul 2

Kategori	F	P(%)	Pk(%)
Tauhid	4	45	19
Fiqh	2	22	10
Akhlak	3	33	14
Jumlah frekwensi (N)	9	100	43
Jumlah kalimat (Nk)	21	-	100

Tabel yang merupakan hasil pendataan dari tulisan yang berjudul “Meraih Hikmah Di Bulan Berkah” tersebut, cukup sarat pesan dakwah, karena terdapat 43% (19) kalimat dari total kalimat yang ada (21 kalimat), dan jauh di atas rata-rata kalimat pesan dakwah. Dan dari data tersebut, nampak bahwa penulisnya mampu memanfaatkan media dengan baik.

Dari 9 kalimat itu, 4 kalimat (45% dari total pesan dakwah dan 19% dari total kalimat) terdapat dalam kategori Tauhid yang menyeru pada pembaca agar memanfaatkan bulan Ramadhan untuk menlaatkan

keuntungan yang besar dan penuh berkah. Juga anjuran menjalin hubungan dengan Tuhannya. Sebagai jaminan, penulisnya memberi informasi kepada pembaca tentang keuntungan akan mendapat ampunan Allah dan akan diselamatkan dari api neraka.

Urutan kedua, ditempati oleh kalimat yang termasuk dalam kategori Akhlak, yakni 3 kalimat atau 33% dari total pesan dakwah atau 14% dari total kalimat. Dalam 3 kalimat tersebut, 2 kalimat didominasi oleh anjuran memperbanyak menabur amal untuk meraih hikmah dan sikap kasih sayang kepada individu lain. Dan satu kalimat menjelaskan keutamaan pahala pada bulan puasa yakni memberikan makan untuk berbuka puasa

Adapun kategori Fiqh, penulisnya menyebut 2 kalimat atau 22% dari total pesan dakwah, dan 10% dari total kalimat. Pesan pertama menyebutkan tentang pahala yang diberikan pada bulan puasa. Satu lagi kalimat kedua menyebutkan tentang diharamkannya tubuhnya dari api neraka apa saja jika dia menyambut gembira kedatangan bulan suci Ramadhan.

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

TABEL X

Prosentase Frekwensi kategori pada judul 3

Kategori	F	P(%)	Pk(%)
Tauhid	2	22	8
Fiqh	5	56	19
Akhlak	2	22	8
Jumlah frekwensi (N)	9	100	35
Jumlah kalimat (Nk)	26	-	100

Pada tulisan ketiga, yang berjudul “Kasih Dan Pengampunan” yang dimuat pada tanggal 26 September 2006, penulisnya mainpu membuat keseimbangan pesan dalam kalimatnya, karena pesan dakwah yang ada pada tulisan tersebut mencapai 35% (9 kalimat dari 26 kalima.).

Dari 9 kalimat tersebut, tulisan ini lebih menekankan pada aspek Fiqh, dengan menyajikan 5 kalimat (56% dari total pesan dakwah dan 19 % dari total kalimat). 2 kalimat tersebut adalah tentang pahala puasa, 2 kalimat lain menyingkap tentang syafat bagi seorang hamba yang berpuasa, dan satu lagi menyebutkan tentang keutamaan ibadah pada bulan puasa.

Adapun pada kategori Tauhid, terdapat 2 kalimat (22% dari total pesan dakwah dan 8% dari total kalimat). Dengan isi pesan dakwahnya tentang anjuran menjalankan ibadah agar mendapat Ampunan dc sanya dari Allah.

Sedangkan untuk kategori Akhlak, terdapat 2 kalimat (22% dari total pesan dakwah dan 8% dari total kalimat). Dengan isi pesan dakwahnya tentang anjuran pada pembaca untuk memperbanyak amalan pada bulan puasa.

TABEL XI
Prosentase Frekwensi kategori pada judul 4

Kategori	F	P(%)	Pk(%)
Tauhid	4	57	21
Fiqh	2	29	11
Akhlak	1	14	5
Jumlah frekwensi (N)	7	100	37
Jumlah kalimat (Nk)	19	-	100

Tulisan yang dimuat pada tanggal 27 September 2005 dengan judul "Do'a Untuk Sesama Muslim" ini, kalimatnya mengandung pesan dakwah secara langsung, atau tercapat 7 kalimat dari 19 kalimat yang digunakan.

Dengan demikian, tulisan ini bisa disebut sarat pesan dakwah.

Dari 7 kalimat pesan dakwah itu, kategori Tauhid terdapat 4 kalimat (57% dari total pesan dakwah dan 21% dari total kalimat), yang bermaterikan tentang anjuran untuk memperbanyak zikir kepada Allah SWT, agar mendapat pengampunan atas dosa-dosanya.

Untuk kategori Fiqh yang menyebut 2 kalimat pesan dakwah (29% dari total pesan dakwah dan 11% dari total kalimat), penulisnya menyebutkan tentang anjuran tentang do'a untuk sesama muslim agar bisa menghilangkan rasa dengki dan permusuhan.

Sedangkan untuk kategori Akhlak terdapat 1 kalimat (14% dari total pesan dakwah dan 5% dari total kalimat), yakni menyingkapi tentang keistimewaan melakukan amal dan kebaikan bagi seorang muslim.

TABEL XII

Prosentase Frekwensi kategori pada judul 5

Kategori	F	P(%)	Pk(%)
Tauhid	4	57	21
Fiqh	2	29	11
Akhlak	1	14	5
Jumlah frekwensi (N)	7	100	16
Jumlah kalimat (Nk)	43	-	100

Dalam tulisan yang dimuat pada tanggal 28 September 2006 dengan judul “Puasa Tak Membuat Loyo” ini, disimpulkan sangat niskin pesan dakwah. Dari 43 kalimat yang digunakan, penulisnya hanya menyebut 7 kalimat pesan dakwah atau hanya 16%.

Kalimat pesan dakwah didominasi oleh kategori Fiqh, yakni 6 kalimat pesan dakwah (86% dari total pesan dakwah dan 14% dari total kalimat). 4 kalimat menyebutkan tentang kerja sebagai ibadah pada buku puasa. 1 kalimat lain tentang larangan dalam berpuasa, 1 kalimat lagi menyebutkan tentang tujuan puasa yakni meningkatkan kualitas takwa.

Kategori Akhlak terdapat 1 kalimat pesan dakwah (14% dari total pesan dakwah dan 2% dari total kalimat), yang bermaterikan tentang arti puasa, yakni memberikan pelajaran untuk selalu bersikap positif.

Sedangkan pada kategori Tauhid, tidak ada menyebutkan atau pernyataan kalimat pesan dakwah atau 0%.

TABEL XIII
Prosentase Frekwensi kategori pada judul 6

Kategori	F	P(%)	Pk(%)
Tauhid	4	57	22
Fiqh	3	43	17
Akhlak	0	0	0
Jumlah frekwensi (N)	7	100	39
Jumlah kalimat (Nk)	18	-	100

Pada tulisan yang keenan, dengan judul “Perbanyak Zikir”, yang dimuat pada tanggal 29 September 2006 ini, penulisnya ma npu memberi

keseimbangan pesan dakwah dengan jumlah kalimat yang ada, sekitar 39% (7 kalimat dari total 18 kalimat).

7 kalimat tersebut, oleh penulisnya dikonsentrasikan pada kategori Tauhid, yang mencapai 57% (4 kalimat) dari total pesan dakwah. Keempat kalimat pesan dakwah tersebut, penulis menyebutkan tentang Zikir (ingat) kepada Allah SWT sebagai sarana menuju kebesaran Allah.

Sedangkan kategori Fiqh terdapat 3 kalimat (43% dari total pesan dakwah dan 17% dari total kalimat), 2 kalimat menyebutkan tentang banyaknya nikmat yang diberikan Allah SWT kepada hamba-Nya, satu kalimat lain tentang anjuran kepada hamba-Nya yang beriman untuk memperbanyak Zikir.

Dalam kategori Akhlak tidak ada pernyataan kalimat yang mengandung pesan dakwah atau 0%.

TABEL XIV
Prosentase Frekwensi kategori pada judul 7

Kategori	F	F(%)	Pk(%)
Tauhid	2	40	4
Fiqh	1	20	2
Akhlak	2	40	4
Jumlah frekwensi (N)	5	100	10
Jumlah kalimat (Nk)	45	-	100

Pada tulisan yang terakhir, yakni dengan judul “ Serakah Terhadap Harta”, yang dimuat pada tanggal 30 September 2006 ini, kalimat yang

mengandung pesan dakwah tergolong sedikit jika dibandingkan dengan jumlah kalimat yang digunakan, yakni hanya 10% (5 kalimat dari 45 kalimat).

Dari 5 kalimat yang mengandung pesan dakwah itu, sesuai judul yang dipakai, penulisnya lebih menitik beratkan pada bidang Tauhid (2 kalimat), dan bidang Akhlak (2 kalimat).

Pada kalimat bidang Tauhid, penulis menyingkap tentang keserakahan Fir'aun dan Korun, hingga Allah menenggelamkan ke dalam perut bumi dan Fir'aun yang mengaku dirinya Tuhan.

2 kalimat lagi dalam bidang Akhlak (40% dari total pesan dakwah dan 4% dari total kalimat), penulis menyebutkan tentang muslim yang dihormati karena Akhlaknya bukan kekayaannya.

Sedangkan pada kategori Fiqh terdapat 1 kalimat pesan dakwah (20% dari pesan dakwah dan 2% dari total kalimat). Pesan dakwah yang terkandung dalam kalimat tersebut, menyebutkan bahwa "melalui ibadah puasa, manusia diingatkan agar tidak serakah terhadap harta".

TABEL XV

Prosentase Frekwensi kategori pada semua judul

Kategori	F	P(%)	Pk(%)
Tauhid	16	32	8
Fiqh	21	43	11
Akhlak	12	25	6
Jumlah frekwensi (N)	49	100	25
Jumlah kalimat (Nk)	194	-	100

Dari 7 tulisan pada rubrik “Kajian Ramadhan” yang dimuat Radar Surabaya selama bulan Ramadhan 2006 lalu, dapat digambarkan bahwa tulisan tersebut terdapat (194) kalimat, dengan jumlah kalimat sesuai dengan kategori yang disajikan sebanyak 49 kalimat pesan dakwah dengan proposisi 25%.

Dari 49 kalimat yang mengandung pesan dakwah tersebut maka dapat diketahui bahwa kategori yang memiliki kalimat terbanyak adalah kategori Fiqh, dengan 21 kalimat (43% dari total kalimat yang mengandung pesan dakwah dan 11% dari total kalimat). Sedangkan kategori Taulid, memiliki 16 kalimat (32% dari total kalimat yang mengandung pesan dakwah dan 8% dari total kalimat). Sedangkan kategori Akhlak memiliki 12 kalimat (25% dari total kalimat yang mengandung pesan dakwah dan 6% dari total kalimat).

Dari 49 kalimat tersebut, materi yang disajikan oleh penulis sebagai pesan dakwah, hampir semua terkait dengan puasa dari aspek Tauhid, Fiqh, dan Akhlak.

BAB VI

PENUTUP

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

A. Kesimpulan

Pesan dakwah pada Rubrik Kajian Ramadhan Radar Surabaya terdiri dari Tauhid sebanyak 16 kalimat (32% dari total kalimat yang mengandung pesan dakwah atau 8% dari total kalimat yang ada pada 7 tulisan), Akhlak sebanyak 12 kalimat (25% dari total kalimat yang mengandung pesan dakwah atau 6% dari total kalimat), dan Fiqh sebanyak 21 kalimat (43% dari total kalimat yang mengandung pesan dakwah atau 11% dari total kalimat). Dari komposisi tersebut dapat disimpulkan bahwa Rubrik Kajian Ramadhan yang tertit pada bulan Ramadhan Edisi 24-30 September 2006 banyak yang mengandung pesan dakwah dalam aspek Tauhid, Fiqh, dan Akhlak.

B. Saran-saran

Setelah penulis mengetahui kejadian-kejadian ataupun permasalahan-digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id permasalahan yang terjadi dan setelah penulis mengetahui hasil akhir dari penelitian ini, maka saran-saran yang akan peneliti berikan adalah:

1. Bagi Radar Surabaya, setelah melihat dari bentuk tulisan yang diteliti, peneliti menyarankan bahwa isi materi yang ada bisa dianggap kurang mengena pada masyarakat (pembaca). Dengan alasan bahwa nara sumber yang mengisi pada Rubrik Kajian Ramadhan ini bisa dikatakan bukan orang yang ahli dalam bidang Agama (politisi-politisi yang bukan Muballigh). Jadi saran kami nara

sumber untuk menulis rubrik ini lebih baik Da'i atau Muballigh yang ahli dalam bidang Agama.

2. Bagi peneliti yang lain, semoga penelitian ini bisa dijadikan sebagai alat pembandingan atau dijadikan sebagai pegangan dalam melakukan penelitian yang menggunakan metode penelitian yang sama, yakni metodologi penelitian Content Analysis dan sebagai tolak ukur dengan media lain yang menggunakan proses penyampaian berita yang sama.
3. Untuk Institut dan Fakultas, bisa dijadikan sebagai masukan buat Fakultas ataupun mahasiswa sebagai pijakan ketika nanti melakukan observasi dan melakukan penelitian. Skripsi ini bisa dijadikan sebagai landasan untuk melakukan penelitian yang sering mengadakan kerja sama dengan sekolah-sekolah atau study komperatif dengan sekolah lain.
4. Bagi masyarakat umum, saya menyarankan agar lebih jauh mengenal model penelitian Content Analysis karena prosedur Content dalam hal ini bisa digunakan penelitian terhadap suatu berita atau suatu teks yang ada. Sehingga masyarakat bisa menyimpulkan apa yang bisa diambil dari penelitian yang membahas tentang penelitian naskah.
5. Bagi pembaca, semoga penelitian ini bisa dimanfaatkan sebagai alat untuk membantu atau sebagai patokan dalam bidang penelitian Content Analysis.

DAFTAR PUSTAKA

- digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id
- Arikunto, Suharsini, 1999. *Manajemen Peneirtian*, Jakarta; PT. Rineka Cipta,
- Aziz, Ali, Muhammad, 1993. *Diktat Ilmu Dakwah*, PT. Fak. Dakwah IAIN Suann Ampel Surabaya.
- Aziz, Ali, Muhammad, *Ilmu Dakwah*, Surabaya, Fak. Dakwah IAIN Suna n Ampel.
- Bachtiar, Wardi, 1999. *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, Jakarta; PT. Logos.
- Departemen Agama RI, 1994. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Surabaya; PT. Bina Ilmu.
- Effendi, Uchjana, Onong, *Ilmu Teori dan Pendidikan*
- Effendi, Uchjana, Onong, 1993. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung; PT. Citra Aditya Bhakti.
- Effendi, Uchjana, Onong, 2000. *Dinamika Komunikasi*, Bandung; PT. Remaja Rosdakarya.
- Kasamn, Suf, 2004. *Jurnalisme Universal, Menelusuri Prinsip-prinsip Dakwah Bi Al Qo'um Islam dalam Al Qur'an*, Bandung; PT. Khazanah Pustaka Keilmuan.
- Krippendraf, Klans, 1993. *Analisis Isi Pengantar Teori dan Metodologi*, Jakarta; PT. Raja Grafindo Persada.
- Moleong, Lexy J. 1996. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung; FT. Remaja Rosdakarya.
- Muhtadi, Saiful, Asepe, 1999 *Jurnalistik Pendekatan Teori dan Praktek*, Jakarta; PT. Logos.
- Nata, Abuddin, 2000. *Metodologi Studi Islam*, Jakarta,; PT. Raja Grafindo Persada.
- Pratanto, Puis A. Al-Bachri, Dahlan, *Kamus Ilmiah Populer*, Surabaya; Arkala, tt.

Sobun, Alex, 2001. *Analisis Teks Media*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Subiakto, Henri, 1993. *Kursus Penelitian Ilmu Sosial (Content Analysis)*, Surabaya, Balai Kajian dan Pengembangan SDM Fak. Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNAIR.

Subiakto, Henri, 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta; PT. Raja Grafindo Persada.

Sumandiria, Haris AS. 2005. *Jurnalistik Indonesia, Menulis Berita dan Features*, Bandung; PT. Remaja Rosdakarya,

Syukir, Asmuni, 1981. *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya, PT. 'Al Ikhlas.

Syukir, Aswadye, *Perbandingan Madzab*,

Ya'cub, Hamzah, 1981. *Publistik Islam*, Bandung; Diponegoro,

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id

digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id digilib.uinsa.ac.id