

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Hakikat Media Cetak

##### 1. Pengertian Media Cetak

Media cetak adalah dimana perkembangan teknologi yang belum berkembang, yaitu media cetak dibuat memakai mesin tik untuk membuat suatu iklan produk sedangkan gambar-gambar atau animasi yang memperbagus iklan produk itu dibuat secara manual dengan menggunakan pena. Media cetak awal lebih banyak memperlihatkan perkembangan bentuk penerbitan ketimbang isi media itu sendiri.

Media ini terdiri dari lembaran kertas dengan sejumlah kata, gambar, atau foto dengan tata warna dan halaman putih. Media cetak merupakan dokumen atas segala yang dikatakan orang lain dan rekaman peristiwa yang ditangkap oleh jurnalis dan diubah dalam bentuk kata-kata, gambar, foto, dan sebagainya.<sup>1</sup>

Dalam pengertian lain media cetak dapat juga dipahami sebagai salah satu media dimana kita bisa membaca berita, informasi, tips dan lainnya. sesuai dengan namanya, media cetak berarti media yang beritanya atau informasinya dicetak pada kertas. Media cetak didukungnya perkembangan teknologi yang sudah berkembang, sehingga dapat memudahkan orang untuk membuat suatu iklan yang lebih kreatif dan atraktif.

---

<sup>1</sup> Yohanis D. Kiding, *Karya Media Cetak “(Majalah Civitas)”*, (Skripsi: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, 2013), h.32-35

Media cetak adalah suatu media yang statis dan mengutamakan pesan-pesan visual. Media ini terdiri dari lembaran dengan sejumlah kata, gambar, atau foto, dalam tata warna dan halaman putih seperti televisi dan radio dalam jajaran medium penyiaran, fungsi utama media cetak adalah member informasi dan menghibur. Media ini berbeda dengan media elektronik dalam hal kemampuannya untuk memperoleh penghargaan. Media cetak adalah suatu dokumen atas segala hal yang dikatakan orang lain dan rekaman peristiwa yang ditangkap oleh sang jurnalis dan diubah dalam bentuk kata-kata, gambar, foto, dan sebagainya.

Orang-orang yang bekerja pada media cetak memperoleh penghargaan jurnalistik yang dihormati karena kredibilitasnya. Media pers memiliki sifat-sifat yang khas, yaitu bisa didokumentasikan memungkinkan adanya dialog, walaupun tidak secara cepat dan langsung pers bersifat umum, isinya tidak hanya menyangkut satu bidang tertentu saja dan biasanya memiliki tegang waktu dan menyapaikannya.

## **2. Jenis-Jenis Media Cetak**

Kemajuan IPTEK dan membawah manusia pada erah yang *instant* dengan berbagai media yang dapat digunakan sebagai alat bantu (media komunikasi), secara umum masyarakat mengenal beberapa media, yaitu cetak dan elektronik, maka dalam hal ini media cetak yang bisa dibagi menjadi beberapa bagian antara lain:

- 1) Surat kabar atau Koran, yaitu kumpulan berita, artikel, cerita, iklan dan sebagainya yang tercetak dalam lembaran kertas ukuran plano, terbit secara teratur, setiap hari atau seminggu sekali.

- 2) Majalah adalah kumpulan majalah berita, artikel, cerita, iklan dan sebagainya yang tercetak dalam lembaran kertas ukuran folio atau kuarto, dijilid dalam bentuk buku. Majalah biasanya terbit terbit teratur, seminggu sekali, sebulan sekali atau setahun sekali.
- 3) Tabloid adalah kumpulan berita, artikel, cerita, iklan dan sebagainya yang tercetak dalam lembaran kertas ukuran broadsheet (lebih kecil dari plano) dan dilipat seperti surat kabar.<sup>2</sup> Tabloid biasanya terbit teratur, seminggu sekali, dua minggu atau sebulan sekali.
- 4) Bulletin adalah kumpulan berita, artikel, cerita, iklan dan sebagainya yang tercetak dalam lembaran kertas ukuran broadsheet (lebih kecil dari plano) dan dilipat seperti surat kabar. Bulletin biasanya terbit tidak teratur atau sering disebut penerbitan berkalah.
- 5) Buku adalah tulisan tentang ilmu pengetahuan, esai, cerita-cerita, panjang, sejarah dan sebagainya yang tercetak dalam lembaran kertas ukuran setengah kuarto atau setengah folio yang dijilid rapi.<sup>3</sup>

Jenis media cetak yang menjadi pilihan terbentuk majalah karena visualisasinya lebih menarik dengan menampilkan ilustrasi, gambar maupun foto yang umumnya dicetak dikertas berkualitas untuk mendapatkan kualitas visual yang terbaik. Selain jenis di atas, maka media cetak dengan berbagai fungsi dan bentuknya, dapat dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu:

---

<sup>2</sup>Toto Djuroto. *Manajemen Penerbitan Pers*. PT Remaja Rosdakarya. 2004. hal 10

a. Surat Kabar Harian

Ini adalah jenis media cetak yang terbit setiap hari, kecuali pada hari-hari tertentu seperti hari libur Nasional. Jenis media cetak ini masih dibagi lagi menjadi Surat Kabar Harian Nasional, Surat Kabar Harian Daerah dan Surat Kabar Harian Lokal. Berita yang disampaikan adalah jenis berita news atau informasi terkini dan disampaikan dengan system straight news atau apa adanya.

b. Surat Kabar Mingguan

Surat kabar jenis lebih banyak dikenal dengan sebutan tabloid. Biasanya berita yang diangkat adalah berita hiburan atau in depth news atau liputan mendalam. Tulisan dalam media ini lebih banyak bergaya feature atau deskriptif.

c. Majalah Mingguan

Jenis majalah ini terbit setiap minggu sekali. Berita yang diangkat adalah berita in depth news dengan jenis berita adalah berita news atau tentang sebuah peristiwa.

d. Majalah Tengah Bulanan

Majalah ini terbit sebulan dua kali. Berita yang ditampilkan lebih bersifat informative dan biasanya memuat tentang berita life style atau gaya hidup.

e. Majalah Bulanan

Majalah bulanan terbit sekali dalam sebulan. Jenis pemberitaan yang disampaikan biasanya termaksud investigative atau berita yang didapat dari hasil penelitian.

f. Majalah Dwibulanan

Majalah ini terbit sekali dalam dua bulan. Informasi yang disampaikan dalam majalah ini biasanya terkait dengan laporan dari hasil aktifitas sesuatu. Misalnya laporan neraca perusahaan atau juga majalah yang berisi laporan pendapatan sebuah lembaga zakat.

g. Majalah Tribulanan

Majalah ini berkonsep hamper mirip dengan majalah Dwibulanan. Yang membedakan hanya masalah waktu terbit, yang dilakukan setiap tiga bulan sekali.

Media cetak ini biasanya dibuat untuk kalangan tertentu atau intern saja. Dan media ini biasanya hanya terdiri dari beberapa halaman, serta dibuat dengan konsep sederhana. bulletin juga tidak dibuat untuk kepentingan komersial.

### 3. Fungsi Media Cetak

Pelaksanaan dakwah, media sering kali digunakan oleh para da'I untuk mempermudah dalam memyampaikan pesan dakwah kepada mad'u atau biasa disebut

Dengan *Wasilah* untuk menyampaikan ajaran Islam kepada ummat,<sup>4</sup> dakwah dapat menggunakan berbagai *Wasilah*. Hamzah Ya'kub membagi *Wasilah* dakwah antara lain:

---

<sup>4</sup> [http:// adexshare. Blogspot. Com / 2011/ 12/ Jenis-jenis media massa-beserta contoh.html](http://adexshare.blogspot.com/2011/12/Jenis-jenis-media-massa-beserta-contoh.html) akses 26. 2014

- a. Lisan adalah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan dan sebagainya.
- b. Tulisan adalah media dakwah melalui tulisan, buku, majalah, surat kabar, surat menyurat, spanduk dan sebagainya.
- c. Audiovisual adalah media dakwah yang dapat merangsang indera pendengaran penglihatan, atau kedua-duanya, seperti televisi, film *slide*, internet dan sebagainya.
- d. Akhlak yaitu media dakwah melalui perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang secara langsung dapat dilihat dan didengarkan oleh *mad'u* (objek dakwah).

Selain manfaat di atas, media juga dapat memiliki beberapa fungsi tambahan sebagaimana yang dijelaskan di bawah ini, yaitu:

- a. Sebagai media informasi yang mencerahkan
- b. Sebagai media pendidikan yang mencerdaskan
- c. Meningkatkan intelektual kehidupan masyarakat
- d. Membantu memperkuat kesatuan nasional.<sup>5</sup>

#### **4. Fasilitas Media Cetak**

Terdapat beberapa bentuk tulisan dalam media cetak yang dapat digunakan. Pemilihan bentuk tulisan ini didasarkan pada fungsi dan tujuan penulisan itu sendiri. Bentuk tulisan itu, yakni:

Artikel, adalah suatu bentuk tulisan yang bermaksud menyampaikan gagasan dan fakta, masalah yang ada dimasyarakat, ulasan atau kritik terhadap suatu masalah

---

<sup>5</sup> Ahmad Warson Munawir. *Kamus al-Munawir*. (Surabaya: Pustaka Progresif, 1997), hlm. 1

disertai gagasan atau pendirian subjektif dan argumentasi yang didasarkan pada teori keilmuan dan bukti berupa data statistic yang mendukung pendirian tersebut.

Kolom, berasal dari bahasa Inggris *coloumns*, yang berarti segala suatu jenis tulisan yang khas, unik, dan lebih memiliki daya tarik dimana artikel-artikel yang lain di media massa. Lebih bersifat personal yaitu, lebih akomodatif memberikan keleluasan kepada visi otonom penulisnya. Kolom lebih singkat enam ribu karakter, dan fokusnya ditulis dengan bahasa populer. Penulisan kolom tidak memiliki struktur tertentu, tidak mempunyai lead, langsung berisi tentang bahasan.<sup>6</sup>

Resensi, adalah pertimbangan atau perbincangan mengenai sebuah buku. Sebuah tulisan di media tentang penilaian kelebihan atau kekurangan sebuah buku, menarik atau tidaknya tema yang diangkat, kritik dan dorongan kepada khalayak tentang perlu tidaknya buku tersebut untuk dibaca atau dikaji.<sup>7</sup>

Feature, adalah tulisan yang dirancang untuk member informasi tentang suatu peristiwa, situasi atau aspek kehidupan seseorang. Feature lebih bersifat hiburan, memberikan hal-hal yang ringan kepada pembaca. Dalam proses pemberitaannya tidak dengan keaktualitasan dan teknik penulisan.

## 5. Proses penyampain pesan dakwah Islam

Sebagaimana telah disampaikan di atas bahwa dakwah merupakan usaha yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang untuk memberi rangsangan

---

<sup>6</sup>Ashadi Siregar. I Made Surjana (penyunting). *Bagaimana Mempertimbangkan Artikel Opini Untuk Media Massa*. Yogyakarta; Kanisius. 1995, hal 36

<sup>7</sup>M Asep Syamsul Romli. *Jurnalistik Dakwah, Visi Misi Dakwah bil Qalam*. Bandung. P.T Remaja Rosdakarya. 2003, hal 75

kepada orang lain agar memahami, meyakini dan kemudian dapat menghayati ajaran islam sebagai pedoman dalam kehidupannya sehari-hari. Kegiatan dakwah bertujuan untuk merealisasikan segala perbuatan yang telah digariskan oleh Allah SWT yaitu dengan memperjuangkan yang baik (amar ma'ruf) dan meninggalkan yang jelek (nahi munkar) guna meneruskan perjuangan Rasulullah SAW bagi setiap muslim kepada muslim yang lain.

Dakwah sebagai sebuah proses komunikasi memiliki beberapa unsur di dalamnya. Agar dakwah dapat berhasil, adapun proses penyampain dakwah yang harus diperhatikan sebagaimana dikemukakan oleh Wardi Bachtiar (1997: 33-37). Bahkan menurut Djamaluddin Ancok (1995: 28) keberhasilan dakwah sangat dipengaruhi oleh unsur-unsurnya, yaitu; da'i atau kelompok sebagai komunikator atau subyek, materi dakwah sebagai pesan, media dakwah sabagai saluran, dan objek dakwah sebagai komunikan.

*Pertama*, yang harus diperhatikan adalah subyek dakwah. Subyek dakwah merupakan orang-orang yang menyampaikan pesan-pesan dakwah. Mereka biasa disebut dengan istilah juru dakwah (da'i) atau bisa pula disebut komunikator dakwah. Penyampaian pesan-pesan dakwah bisa dilakukan oleh perseorangan (individual) dan bisa juga oleh organisasi. Artinya, subyek dakwah adalah orang atau kelompok atau organisasi yang berusaha menawarkan ajakan untuk merubah situasi tertentu kepada situasi yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan Allah.

*Kedua*, obyek dakwah. Obyek dakwah adalah manusia secara individual atau pun kelompok yang menerima pesan-pesan dakwah. Mereka sering disebut dengan istilah mad'u atau komunikan. Bagi da'i, mad'u atau komunikan adalah orang atau sekelompok orang yang menjadi titik fokus kegiatan dakwah.<sup>8</sup>

*Ketiga*, materi dakwah. Materi dakwah adalah pesan yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u yang mengandung kebenaran dan kebaikan bagi manusia yang bersumber dari Al-Quran dan Hadits.

*Keempat*, media dakwah. Media dakwah adalah peralatan yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah. Media ini bisa dengan televisi, radio, surat kabar dan film.

Dari keempatnya, media dakwah merupakan salah satu unsur penting yang harus diperhatikan dalam aktivitas dakwah. Sebab sebaik apapun metode, materi, dan kapasitas seorang da'i jika tidak menggunakan media yang tepat seringkali hasilnya kurang maksimal. Namun demikian, media juga memiliki relativitas yang sangat bergantung dengan situasi dan kondisi yang dihadapi.

Agar materi dakwah bisa tersalurkan dengan baik, maka komunikator harus dapat memilih media yang tepat. Salah satunya dengan media yang kian diminati adalah pers baik berupa Surat Kabar, Majalah, ataupun Buletin seperti yang dilakukan oleh Hizbut Tahrir dengan Buletin Al-Islam-nya ataupun dalam bentuk elektronik.

---

<sup>8</sup>Hamzah Ya'qub, *Publisitik Islam (Teknik Dakwah dan leadership)*, Bandung, CV. Diponegoro, 1981,h,36

Media cetak seperti bulletin merupakan saluran penyebaran informasi yang cukup efektif dan efisien (Asep S Muhtadi, 2000; 66). Dikatakan efektif, karena kekuatan daya rasa dan pikir para pembacanya. Efisien, karena luas terpaannya yang dapat menjangkau jutaan bahkan ratusan juta massa yang secara geografis tersebar di berbagai tempat dan suasana. Karena itu bagaimanapun sederhananya, pada akhirnya ia mampu untuk membentuk opini secara luas yang sekaligus akan membingkai peta pengetahuan, pengalaman dan sikap setiap komunikan yang menjadi sasarannya.<sup>9</sup>

Pers memiliki peran yang cukup besar dalam merekayasa pola kehidupan suatu masyarakat, termasuk salahsatunya dalam memberikan pengetahuan dan membingkai pengalaman keagamaan. Sebab meskipun agama lahir dalam dimensi yang transendental, pengalaman keagamaan, sebagian besarnya sudah berada pada dataran kehidupan yang profan. Ia membutuhkan proses transformatif, mulai dari penyebaran pesan-pesan keagamaan hingga upaya pembentukan sikap dan penuluran perilaku.

Manusia di alam modern ini tidak dapat hidup tanpa informasi/berita. Informasi sudah menjadi kebutuhan manusia sejagat. Sebagai media masa pers merupakan alat pembentuk, penghimpun, dan penyalur pendapat umum. Munculnya sejumlah pers, baik cetak maupun elektronik, yang lebih berwarna keagamaan,

---

<sup>9</sup>Lebang, Dewi Valentine. 2011. *Skripsi Karya Media Cetak Majalah Eksplora*. Makassar. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin. h. 23

merupakan salah satu indikator sedang berlangsungnya upaya merespon kecenderungan masyarakat dalam kehidupan beragama.

Munculnya bulletin jum'at Al-Islam, merupakan salah satu indikator sedang berlangsungnya upaya menyahuti kecenderungan masyarakat dalam kehidupan beragama. Dan ini merupakan salahsatu contoh dakwah “bil qalam” yang di lakukan melalui pers. Dakwah bisa di jalankan dengan baik bila ditangani secara profesional dengan memanfaatkan pers (bulletin) sebagai media dakwah.

Selain hal tersebut, bulletin dakwah Al-Islam menyampaikan nasehat dan kritik untuk mencoba merubah tingkah laku mereka setiap kali mereka merampas hak-hak ummat, menentang para penguasa di negeri-negeri Arab dan negeri-negeri islam lainnya, serta membongkar dan mengungkap kejahatan-kejahatan kapitalisme Barat.

Setidaknya itulah cara penyampaian materi dakwah yang termuat dalam Buletin Al-Islam yang dikeluarkan oleh Hizbut Tahrir untuk menyampaikan ide-idenya yaitu mengembalikan umat Islam kepada tatanan Islam agar tercapai keadilan, kemakmuran, kesejahteraan di bawah ideologi Islam.

## B. Konsepsi Dakwah

### 1. Pengertian Dakwah

Secara etimologi “dakwah berasal dari bahasa Arab dalam bentuk masdar dari kata kerja,” (*Da’a, Yad’u, Da’watan*),<sup>10</sup> yang berarti Seruan, Ajakan, Panggilan. Sedangkan orang yang melakukan seruan atau ajakan tersebut dikenal dengan panggilan *da’i*, orang yang menyeruh. Sedangkan jika yang menyeruh itu banyak (jama’) disebut *Da’watan*”.<sup>11</sup> Jadi, dakwah secara etimologi adalah menyeruh, memanggil, mengajak, atau mengundang ummat manusia untuk menerima dan mempercayai tentang keyakinan dan pandangan hidupnya.

Tetapi mengingat bahwa proses memanggil atau menyeruh tersebut juga merupakan suatu proses *penyampaian (tabligh)* artinya menyampaikan ajaran Islam kepada orang lain, atau pesan-pesan tertentu, maka dikenal pula *mubaligh* yaitu orang yang berfungsi sebagai komunikator untuk menyampaikan pesan (message) kepada pihak komunikan.

Adapun secara terminology, dakwah adalah :

Segalah usaha dan kegiatan yang disengaja dan berencana dalam wujud sikap, Ucapan dan perbuatan yang mengandung ajakan dan seruan, baik langsung atau tidak langsung ditunjukkan kepada orang perorangan, masyarakat atau golongan

<sup>10</sup> Zulkifli Mustam, *Ilmu Dakwah*, Makassar. Yayasan Fatiyah, 2005, h. 1

<sup>11</sup> Hamzah Ya’qub, *Pulisistik Islam (Teknik Dawah dan leadership)*, Bandung, CV. Diponegoro, 1981, h. hlm.13

supaya tergugah jiwahnya, terpanggil hatinya kepada ajakan islam untuk selanjutnya mempelajari dan menghayati serta mengamalkan dalam kehidupann sehari-hari.<sup>12</sup>

Adapun dakwah menurut para ahli,dapat dikemukakan sebagai berikut :

Hasyimi dalam Malik Idris,menyatakan bahwa dakwah Islamiya adalah:

“Mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan aqidah dan syari’at Islam yang terlebih dahulu diamalkan oleh pendakwah itu sendiri”.<sup>13</sup> Dakwah pada dasarnya”merupakan upaya mengajak dan mengembalikan manusia pada fitrah dan ke-hanif-annya secara integral”.<sup>14</sup> Begitupun halnya, Syekh Ali Mahfudt dalam Malik Idris mengutarakan pengertian dakwah, yaitu:”Mendorong manusia agar melakukan kebaikan dan menuruti pentunjuk, menyeruh mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka dari perbuatan munkar, agar mereka mendapat kebahagiaan didunia dan di akhirat”.<sup>15</sup>

*a) Tujuan utama (Mayor Obyektif)*

Tujuan utama dakwah adalah hasil akhir yang ingin dicapai dari keseluruhan tindakan aktivitas dakwah, yakni terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan di akhirat yang diridhai oleh Allah swt. Dalam hal ini ada tiga tujuan utama dakwah, yaitu:

<sup>12</sup> Zulkifli Mustham, Op. cit., h. 2

<sup>13</sup>Hasyimi, *Dustur Dakwah Menurut al-Qur’an*, Jakarta, Bulan Bintang, 1974. H. 38

<sup>14</sup> Asep Muhyiddin dan Agus Ahmad Safei, *Metode Pengembangan Dakwah*, Pustaka Setia 2002, h.23

<sup>15</sup> Malik Idris, *Hidayah al-Mursyidin*,kairo,Dar al- Kita al-‘Arabiy, 1952, h. 27

- 1) Mengajak manusia seluruhnya agar menyembah Allah Yang Maha Esa, dan tidak menyekutukan-Nya dengan sesuatu.
- 2) Mengajak kaum muslim agar mereka ikhlas beragama karena Allah, menjaga agar suapa amal perbuatannya, jangan bertentangan dengan iman.
- 3) Mengajak umat manusia untuk menerapkan hukum Allah akan mewujudkan kesejahteraan dan keselamatan bagi umat manusia seutuhnya.<sup>16</sup>

*b). Tujuan Khusus (Minor Obyektif)*

Tujuan khusus dakwah berintikan nilai-nilai yang dapat mendatangkan kebahagiaan dan kesejahteraan yang diridhai oleh Allah swt, masing-masing sesuai dengan segi atau bidang kehidupan yang dibinanya. Adapun tujuan khusus dakwah yaitu:

- 1) Mengajak ummat manusia yang sudah memeluk agama Islam untuk selalu meningkatkan takwahnya kepada Allah swt.
- 1) Membina mental agama (Islam) bagi kaum yang masing muallaf.
- 2) Mendidik dan mengajar anak-anak agar tidak menyimpang dari fitrahnya.<sup>17</sup>

Di sisi lain, tujuan yang tertinggi dari pada usaha dakwah adalah semata-mata mengharap dan mencari keridhaan Allah swt, yang meliputi: menyadarkan manusia.

Berdasarkan beberapa uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dakwah dan ilmu dakwah adalah merupakan usaha dan perjuangan merubah situasi yang tidak diridhai oleh Allah kepada situasi yang diridhai oleh-Nya. Dengan

<sup>16</sup> Zulkifli Mustham, Op. cit, h. 29-30

<sup>17</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya, Al-Ikhlash, 1983, h. 55

demikian Da'i harus berusaha merubah keadaan itu menjadi ma'ruf. Merubah keadaan yang buruk kepada yang baik, mencegah yang munkar dan menegakkan yang ma'ruf.

## 2. Tujuan Dakwah

Tujuan dakwah adalah kondisi ideal keagamaan yang diharapkan, yaitu berupa terbentuknya masyarakat keyakinan dan berperilaku sesuai ajaran agama yang disampaikannya. Sejarah perkembangan agama tauhid menunjukkan bahwa kebenaran yang diturunkan Allah terus menerus dapat berkembang dengan baik, disebarluaskan melalui dakwah oleh para Nabi, Rasul, Ulama dan Mubalig. Terkadang mu'jizat yang diberikan kepada para Nabi didustakan oleh kaumnya dan ditolak dakwahnya, bahkan dianggap sebagai tukang sihir.

Dalam firman Allah swt dan hadist Nabi swt banyak disinggung tentang keuntungan kaum yang berdakwah, yakni kemenangan perjuangan di dunia dan pahala diakhirat. Selamah mereka berdakwah bukan karena mencari kesenangan duniawi atau keharuman nama (popularitas semata), tetapi untuk mencari keridhaan Allah, yang mana keridhaan Allah adalah merupakan kunci kebahagiaan yang sejati dan abadi.

Bedasarkan dariuraian di atas, ada dua tujuan yang harus ditempuh oleh para Mubalig, yaitu tujuan umum (*Mayor Obtektif*), dan tujuan khusus (*Minor Obyektif*). Dalam hal ini, akan diuraikan sebagai berikut:

Akan arti hidup yang sebenarnya, dan mengeluarkan manusia dari kegelapan menuju kea lam yang terang-benderang di bawah sinar petunjuk Ilahi Robbi. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dilaksanakannya dakwah adalah mengajak manusia kejalan Tuhan, dan bertujuan mempengaruhi cara berfikir manusia, cara merasa,cara bersikap, dan bertindak, agar manusia bertindak sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

### **3. Unsur-Unsur Dakwah**

#### **a. Subjek dan Objek Dakwah**

Menurut Hamzah Ya'qub subjek dan objek dakwah adalah pelaksanaan-pelaksanaan dakwah dalam hal ini Da'i/Mubalig dan Da'iah/Mubaligat, yang memiliki syarat-syarat dan kemampuan tertentu yang dapat melaksanakan dakwah dengan baik".<sup>18</sup> Adapun Zulkifli Mustham Mendefinisikan subjek dakwah adalah:

Para pelaksana dakwah yang beragama Islam, baik laki-laki maupun perempuan yang kepada mereka diberikan kewajiban oleh Allha SWT untuk menyampaikan ajaran agama Islam kepada seluruh ummat manusia untuk mengajak kepada agama Allah, menyeruh kepada kepada kebajikan, menyeruh orang untuk berbuat baik dan melarang dari perbuatan munkar, dengan metode Qur'an dan petunjuk-petunjuk Rasulullah saw, baik melalui lisan maupun dengan perbuatan atau

---

<sup>18</sup> Hamzah Ya'qub, *Publisitik Islam ( Teknik Dakwah dan leadership)*, Bandung, CV. Diponegoro, 1981,h,36

contoh teladan, dengan tujuan untuk mendapatkan kebahagiaan dan keselamatan di dunia dan di akhirat.<sup>19</sup>

Demikian halnya, Hafi Anshari mendefenisikan subjek dakwah adalah:

Orang yang melakukan dakwah yaitu yang berusaha mengubah situasi dengan ketentuan-ketentuan Allah SWT baik secara individu maupun berbentuk kelompok (organisasi) sekaligus pemberi informasi dan pembawa misi.<sup>20</sup>

Kaitannya dalam hal ini, ada beberapa sifat yang harus dimiliki oleh seorang Da'i/Mubaligh, yaitu.:

- a) Mengetahui tentang Al-Qur'an dan Sunnah Rasul sebagai pokok agama Islam.
- b) Memiliki pengetahuan Islam yang berinduk kepada Al-Qur'an dan Sunnah, seperti Tafsir, Ilmu Hadist, Sejarah dan Kebudayaan Islam dan lain-lainnya.
- c) Memiliki pengetahuan yang menjadi alat kelengkapan dakwah seperti Teknik Dakwah, Ilmu Jiwa (Psikologi), Sejarah, Antropologi, Perbandingan Agama dan sebagainya.
- d) Memahami bahasa ummat yang akan diajak kepada jalan yang diridhai Allah, yaitu dengan membekali diri dengan ilmu Retorika dan kepandaian berbicara atau mengarang.<sup>21</sup>
- e) Penyantung dan lapang dada.
- f) Berani kepada siapapun dalam menyatakan, membela dan mempertahankan kebenaran.
- g) Memberi contoh dalam setiap medan kebajikan supaya parallel kata-katanya dengan tindakannya.

<sup>19</sup> Zulkifli Mustham, Op. cit, h.59

<sup>20</sup> Hafi Anshari, *Pemahaman dan Pengamatan Dakwah*, Surabaya. Al-Ikhlash, 1993, h. 104

<sup>21</sup> Hamzah Ya'qub, Op. cit, h. 38-39

- h) Berakhlaq baik, missal tawadhu', tidak sombong pema'af dan ramah tamah.
- i) Memiliki ketahanan mental yang kuat (kesabaran), kemauan, dan selaluh optimis.
- j) Khalis, berdakwah karena Allah, dan
- k) Mencintai tugas kewajibannya sebagai Da'I dan Mubalig dan amanah dalam menjalankan tugas.

Dengan demikian sifat-sifat tersebut di atas, maka mudalah baginya membawa ummat kepada tujuan dakwah dan akan mudah pula mengatasi segala rintangan, hambatan dan cobaan dalam melaksanakan dakwah itu.

Selain itu, model moral yang paling utama bagi da'I adalah komitmennya kepada Allah dan Rasul-Nya kepada Al quran dan Sunnah Rasul, dan kepada kebenaran universal. Sebagaimana diungkapkan bahwa:

Komitmen itu sendiri sudah memberikan nilai plus pada langkah awal, terlepas apakah dakwahnya di respon positif atau negative oleh masyarakat. da'I yang seperti itulah yang masuk dalam kategori mujahid dakwah, pejuang dakwah, yang anatomi psikologinya susah dijelaskan dengan teori-teori psikologi modern.<sup>22</sup>

Begitupun, da'I yang konsisten dengan pesan kebenaran dan dukungan oleh integritas pribadinya yang muliah, ini dijamin oleh Allah dan Al quran Al-Ahزاب:70-71, bahwa dakwahnya bukan hanya membangun dirinya, yakni meningkatkan integritas dirinya (*yuslih lakum a'malukum*), dan arena motivasi takwahnya yang kuat, maka kekeliruan-kekeliruan yang dilakukan dalam berdakwah (teknik, metode

<sup>22</sup> Achmad Mubarak, *Psikologi Dakwah*, Cet, I: Jakarta Firdaus, 1999, h. 143-145

dan strategi) akan dimaklumi oleh manusia dan dipahami oleh Allah (*yagfir lakum zunubakum*). Adapun objek dakwah adalah “sasaran yang dituju oleh suatu kegiatan dakwah, yaitu pembuatan manusia dan berbagai tipologinya, bukan bangsa jin atau lainnya”.<sup>23</sup> Karena itu, penerima dakwah baik individual, jama’ah maupun masyarakat tidak boleh diabaikan, sebab berhasil tidaknya suatu komunikasi dakwah sangat ditentukan oleh penerima atau jama’ah.

Masyur Amin dalam Malik Idris, membagi masyarakat manusia menjadi dua golongan, yaitu:

- a) Ummat muslim sebagai ummat yang menerima dan beriman/percaya kepada agama Islam yang dibawahnya.
  - b) Ummat yang menerima dan beriaman (tidak percaya) terhadap agama islam yang dibawah oleh beliau, yaitu golongan ummat manusia yang memeluk selain Islam dan ummat manusia yang tidak memiliki agama sma sekali<sup>24</sup>.
- Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa, seorang Da;i/Mubalig.

Harus menyadari bahwa yang di ajak kedalam ajaran Islam, bukan hanya sebagian manusia atau manusia saja, tetapi malaikan manusia tertentu saja. Tetapi malaikan semua manusia, termaksud jiwa. Berdasarkan bukan untuk waktu sementara tetapi sepanjang masa hingga datangnya hari kiamat. Selain itu, berdakwah tidak membedakan jenis kelamin, stratifikasi social, etnis, waktu dan tempat tertentu.

<sup>23</sup> Malik Idris, *Strategi Dakwah Kontemporer*, Makassar, Sawah Press, 2007, h. 50

<sup>24</sup> Masyur Amin, *Dekat Islam dan Pesan Moral*, Cet. I: Yogyakarta, Al-Amin, Press, 2000, h.

### **b. Da'i**

Da'i berarti "Pendakwah" yaitu orang yang menyeruh kepada suatu ajaran agama, dalam hal ini adalah agama Islam.<sup>25</sup>

### **c. Sasaran Dakwah**

Sasaran dakwah adalah manusia atau sekelompok manusia yang dibina, diusahakan agar mengikuti ajaran agama yang diberikan.

### **d. Lingkungan Dakwah**

Lingkungan dakwah adalah hal atau kondisi di luar diri sasaran dakwah yang mempengaruhi sasaran dakwah, antara lain berupa kondisi, geografis, nilai social, dan adat.

### **e. Materi Dakwah**

Materi dakwah pada hakekatnya adalah ajaran Islam itu sendiri yang berpangkal pada dua pokok yaitu Al quran dan Al-Hadits. Oleh karena itu seorang Mubalig tidak boleh menyimpang dari kedua pokok yang menjadi materi dakwah ini. Rasulullah dalam berdakwah selaluh membawahkan Firaman Allah dan menyampaikan pula penjelsannya (Sunnah Nabi). Sebagaimana dijelaskan bahwa:

Mubalig harus memiliki pengetahuan yang dalam mengenai materi dakwah, yaitu dengan jalan tidak bosan-bosan belajar dan melakukan penulisan

---

<sup>25</sup>Yunus Hanis Syam. *Panduan Berdakwah Lewat Jurnalistik*. Yogyakarta; Pinus. 2006, hal 15

serta perbandingan dengan keadaan disekelilingnya. Semakin kaya seorang Mubalig dengan materi dakwah semakin baiklah ia berdakwah.<sup>26</sup>

Sebagaimana yang kita ketahui bersama bahwa ajaran Islam itu dinamis progresif, dialektis dan romantic, maka seorang Mubalig harus mampu menunjukkan kehebatan ajaran Islam itu kepada masyarakat yang menjadi sasaran dakwah melalui argumentasi (dalil-dalil) yang dipahami oleh mereka, ibarat Juru Masak yang pandai menghidangkan makanan yang lezat cita rasanya, sehingga orang yang menikmatinya benar-benar merasa terpicat. Hal ini sangatlah urgen, karena dikhawatirkan jangan sampai terjadi sebaliknya, jangan sampai “Nasi dibikin bubur”, yakni ajaran yang begitu rational dan romantic, dikemukakan kepada masyarakat secara samar-samar dan tidak meraiik. Oleh karena itu meliputi ajaran-ajaran Islam itu meliputi aspek dunia akhirat, maka tentunya materi dakwah itu luas sekali. Dalam itu, ada beberapa pokok-pokok materi dakwah, yaitu:

- a) Aqidah Islam,
- b) Pembentukan pribadi yang sempurna
- c) Pembangunan masyarakat yang adil dan makmur
- d) Kemakmuran dan kesejahteraan dunia dan akhirat.<sup>27</sup>

Selain itu, guna tercapainya suatu tujuan dakwah, maka terdapat metode dan strategi pengembangan materi dakwah melalui prinsip-prinsip sebagai berikut:

---

<sup>26</sup> Hamzah Ya'qub, Op. cit, h. 29

<sup>27</sup> Ibid, h. 30

- a) Di sesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat
- b) Disesuaikan dengan kadar intelektual masyarakat (*khatibhu an-nasa ala qadri uqulihim*)
- c) Mencakup ajaran Islam secara *kaffah* dan universal yakni aspek ajaran tentang kehidupan dan kehidupan.
- d) Merespon dan menyentuh tantangan dan kebutuhan asasi (dharun), dan kebutuhan sekunder (tahsini).
- e) Disesuaikan dengan program umum syari'at Islam (maqashib asy-syar'I al-khamsah), yakni hifdz ad-din, hifdz, an-nafs, hifdz, an-nasl, dan hifdz al-mal<sup>28</sup>.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dikatakan bahwa dapat menerapkan pokok materi dakwah dan metode serta strategi haruslah disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang ada. Kaitannya dengan uraian tersebut, ada dua sumber materi dakwah yang harus diketahui, yaitu:

1. Sumber utama adalah Al quran dan As-sunnah. Dari sumber tersebut diharamkan umat dapat memahami ilmu-ilmu agama Islam secara maksimal, dan.
2. Sumber kedua sebagai pendukung suksesnya dakwah, disamping harus menguasai ilmu agama dan ilmu akhlak, juga harus menguasai ilmu-ilmu umum walaupun secara global saja, seperti Sejarah Dunia, Sejarah Islam, Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, Biologi, Fisika, Kimia, Sosiologi, Antropolog, Komunikasi, Ilmujiwa, Sosial, Manajemen dan membaca berbagai surat kabar dan majalah.

Adapun istilah metode menurut Onong Uchjana Effendi dalam Malik Idris dikatakan bahwa” metode dari bahasa Yunani “methodos’ yang berarti rangakain

---

<sup>28</sup> Asep Muhyiddin dan Agus Ahmad Safei, Op. cit, h. 139

sistematis dan merujuk kepada tata cara yang sudah dibina berdasarkan rencana yang pasti, maupun dan logis pula”.<sup>29</sup> Sedangkan menurut Surjadi dalam, Asep Muhyiddin dan Agus Ahmad Syafei, dikatakan bahwa:

Metode adalah alat-alat juru dakwah untuk mempengaruhi masyarakat agar tertarik kemudia mempunyai pengalaman-pengalaman yang berhasil dalam memecahkan masalah mereka melalui usaha mereka sendiri dengan menggunakan petunjuk dan sumber teknik yang ada.<sup>30</sup>

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sukses tidaknya para juru dakwah bergantung pada kemampuannya dalam menumbuhkan minat sebagian orang dalam mengarungi hidup yang lebih baik.

#### **4. Efek Dakwah**

Dalam berdakwah seorang da'I harus mengetahui efek yang akan ditimbulkan dari proses yang akan dilakukan. Mengenai hal tersebut, terdapat beberapa efek yang dapat ditimbulkan, di antaranya:

- a) Efek kognitif (cognitive effect), berhubungan dengan pikiran atau penalaran sehingga khalayak yang semula tidak tahu, yang tadinya tidak memahami, yang tadinya bingung menjadi merasa jelas. Contohnya; berita, tajuk rencana artikel dan sebagainya.
- b) Efek afektif, berkaitan dengan perasaan. Misalnya, perasaan marah,kecewa kesal, gembira, benci dan masih banyak lagi.

---

<sup>29</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* , Cet.II: Bandung, PT, Citra Aditya Bakti, 2000, h. 56

<sup>30</sup> Surjadi, *Dakwah Islam Dengan Pembangunan Masyarakat Desa*, Bandung , Mandar Maju, 1989, h. 85

c) Efek konatif (*efek behavioral*),bersangkutan dengan niat, tekad, upaya, usaha yang cenderung menjadi suatu kegiatan atau tindakan. Efek konatif timbul setelah muncul efek kognitif. Misalnya, seorang suami yang bertekad berkeluarga dengan dua anak saja merupakan efek konatif setelah ia menyaksikan fragmen acara televise, betapa bahagianya beranak dua dan sebaliknya betapa repotnya beranak banyak.<sup>31</sup>

Berdasarkan fakta yang ada tergambar bahwa kesuksesan berdakwah tergantung pada aktivitas dan selektivitas para juru dakwah dalam memilih dan menggunakan suatu metode dan mengenai akan efek yang ditimbulkannya. Dengan demikian, dalam menggunakan bentuk-bentuk metode tersebut,harus disesuaikan dengan kondisi ummat yang bersangkutan dengan kondisi Mubalig itu sendiri, antara lain dalam segi tenaga, daya fikir, waktu, biaya dan penyesuaian terhadap kemajuan teknologi dan metodologi dakwah, sehingga tujuan dapat tercapai dengan baik.

Efek dakwah tersebut juga harus menjadi perhatian seorang da'i. Tanpa memperhatikan hal tersebut, maka dakwah seorang da'I sangat sulit untuk mengembangkan menjadi lebih baik.

---

<sup>31</sup> AsepFaizMuiz, <http://uchinfamiliar.blogspot.com/terlaksanakan-intruksi.html>, diakses 26 juni 2014

## A. Penelitian Relevan

Penelitian yang dianggap relevan dengan penelitian yang dijadikan pembandingan adalah penelitian yang dilakukan oleh:

1. Suhaeliah, Nim. 1110051000084. Melakukan penelitian dengan judul “Analisis Deskriptif Pesan Dakwah Dalam Buku *How To Master Your Habist Karya Y. Siauw*” (Skripsi Pada Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2014). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa dalam perkembangan zaman yang semakin maju membuat komunikasi pun semakin berkembang dengan pesat. Dakwah tidak hanya melalui lisan saja melainkan juga bisa melalui tulisan seperti buku, novel, film, dan majalah. Pesan dakwah yang ditekankan pada penelitian ini yaitu pesan, akhlak, dan syariah. Pesan akidah yang utama dalam kehidupan manusia karena berurusan langsung dengan yang Maha Kuasa. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pesan dakwah. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada lokasi penelitian.
2. Harianto Ramli, melakukan penelitian dengan judul “Eksistensi Siaran Televisi KTV Program Serambi Ilahi Dalam Pengembangan Dakwah Islam di Kota Kendari”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kendari tivi sebagai media dakwah sangat memperhatikan syiar islam melalui penyiaran Program Serambi Ilahi dengan tujuan agar audiencenya khususnya yang beragama Islam mampu memahi agama yang dapat memberikan agam yang baik, disamping itu dapat memberikan sisi lain terhadap jenuhnya program-program hiburan mendapatkan

respon yang positif dari audience.<sup>32</sup> Persamaan yaitu sama-sama mengembangkan dakwah. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian ini mengkaji masalah berdakwah melalui televise islam di Kota Kendari. Sedangkan peneliti mengkaji tentang berdakwah melalui media cetak di kota kendari.

Berdasarkan penelitian yang relevan yang telah dikemukakan maka persamaan peneliti ini dengan peliti yang relevan lainnya sama-sama meneliti tentang pesan media dakwah pada masyarakat kota Kendari.



---

<sup>32</sup>Ashadi Siregar, *Menyingkap Media Penyiaran*, (Jakarta : Rajawali Press, 2011),, h. 4

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian dan Tahapan Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang mendeskripsikan sekaligus mendeskripsikan kondisi riil objek penelitian. Menurut Moleang, penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan berdasarkan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku serta keadaan yang dapat diamati.<sup>1</sup>

Penelitian kualitatif pada umumnya dirancang untuk memberikan pengalaman senyatanya dan menangkap makna sebagaimana yang tercipta di lapangan penelitian melalui interaksi langsung antara peneliti dan yang diteliti.<sup>2</sup>

##### **2. Tahapan Penelitian**

Tahapan sistematis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Tahapan perencanaan yang meliputi, penyusunan proposal, persentase dan pertanggungjawaban proposal. Kemudian ditindak lanjuti dengan pengurusan izin penelitian pada instansi bersangkutan atau instansi lain yang berkompeten.
- b) Tahapan pelaksanaan yang meliputi, pengumpulan data-data dilapangan

---

<sup>1</sup>Lexi J. Moleang *Metodologi penelitian Kuantitatif*, Remaja Rosda Karya, Bandung, 2010, h.3

<sup>2</sup>Pendit, Putu Laxman.. *Penelitian Ilmu Perpustakaan dan Informasi: Suatu pengantar Diskusi Epistimologi dan Metodologi*, Jakarta: JIP-FSUI, 2003 h. 195