

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Dakwah Melalui Media Cetak

1. Pengertian Dakwah

Dakwah adalah proses menjadikan perilaku seorang muslim

untuk menjalankan Islam sebagai agama *rahmatan lil alamin* yang harus didakwahkan kepada seluruh manusia, yang dalam prosesnya melibatkan unsur *da'i* (subjek), *maddah* (materi), *thariqah* (metode), *washilah* (media), dan *mad'u* (objek) dalam mencapai tujuan dakwah yang melekat dengan Islam yaitu mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.

Dakwah dapat dipahami sebagai proses internalisasi, transformasi, transmisi, dan difusi ajaran Islam dalam kehidupan masyarakat. Dakwah juga mengandung arti panggilan dari Allah swt. dan Rasulullah saw untuk umat manusia agar percaya kepada ajaran Islam dan mewujudkan ajaran yang dipercayainya itu dalam segala segi kehidupan.¹

Ditinjau dari etimologi atau bahasa, kata dakwah berasal dari bahasa 'Arab yakni *da'a yad'u*, atau dakwah dalam bentuk isim masdar dari *du'aa* yang keduanya mempunyai arti sama yaitu ajakan, seruan atau panggilan. Asal kata *du'aa* bisa diartikan bermacam-macam, tergantung kepada pemakainya dalam kalimat. Misalnya: *du'a* dapat diartikan memanggil atau menyeru dia. *Du'an lahu* dengan arti mendoa'kan dia atau baginya.²

Adapun secara terminologi dakwah menurut Sayyid Qutb, adalah mengajak, menyeru kepada orang lain untuk masuk kedalam *sabil* (jalan) Allah swt. Bukan untuk mengikuti da'i atau orang lain atau sekelompok

¹ Wahidin Saputra, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011, 2-3

² Mahmuddin, *Manaemen dakwah Rasulullah*, Jakarta, Restu Ilahi, 2004, 6

orang.³ Tentu pengertian tentang dakwah masih banyak lagi, dan banyak kita temukan di beberapa buku yang menulis tentang dakwah, sebagaimana hal tersebut di bawah ini,

- a. Islam adalah agama dakwah yakni agama yang mengandung upaya menyebarluaskan kebenaran dan mengajak orang lain untuk memercayainya, sehingga semangat memperjuangkan kebenaran itu, tidak pernah padam dalam jiwa umat manusia yang beriman kepada Allah Swt.⁴
- b. Di dalam al-Qur'an Allah swt perintahkan untuk berdakwah, yang artinya :
 “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung.”⁵
 (QS. Ali Imran:104)
- c. Pengertian tentang dakwah terdapat dua istilah yaitu dakwah Islamiah atau di’ayah Islam dan dakwah, pengertian dakwah Islamiah mengacu pada seruan Islam atau panggilan Islam. Sedangkan pengertian dakwah mengandung arti kewajiban sebagai kaum Muslimin untuk memanggil umat manusia dengan melakukan dakwah Islamiah tersebut.⁶
- d. Pengertian dakwah adalah (da’a: Arab) yaitu memanggil atau mengajak sesuatu, dalam pengertian mengajak ke jalan Tuhan, dengan maksud yaitu mengajak seseorang atau sekelompok orang untuk berislam, memeluk agama Islam dan

³ Wahyu Ilahi, *Komunikasi dakwah*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010, 14

⁴ Mahmuddin, *Manaemen Dakwah*, 2004, 6

⁵ Kementerian Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemah*, Semarang: Tanung Mas Inti, 1996, 93.

⁶ Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013, 12-13.

mengamalkan Islam.⁷ Tentu umat manusia hanya bisa menyeru atau mengajak terhadap yang lainya untuk berislam, akan tetapi tidak punya kemampuan untuk mengislamkan manusia, karena itu bagian dari hidayah Allah swt. Sebagaimana firmanNya dalam al-Qur'an yang berbunyi, yang artinya:

“Sesungguhnya kamu tidak akan dapat memberi petunjuk kepada orang yang kamu kasihi, tetapi Allah memberi petunjuk kepada orang yang dikehendaki-Nya, dan Allah lebih mengetahui orang-orang yang mau menerima petunjuk.”⁸ (QS. *Al-ashash*:56).

- e. Al-Qur'an mendefinisikan dakwah adalah sebagai upaya untuk menyeru umat manusia menuju jalan Tuhan dengan cara bijak, tutur kata yang tepat, atau dengan cara *mujadalah* (dialok yang sehat).⁹ Dakwah yang demikian ini dimaksudkan agar umat manusia senantiasa melakukan perkara baik (*amar ma'ruf*) dan meninggalkan segala tindak dan laku yang munkar (*nahi munkar*). Dari hal tersebut diatas bisa diartikan bahwa ilmu dakwah adalah, ilmu tentang menyeru/mengajak manusia menuju jalan Tuhan. Al-Qur'an menyatakan bahwa jalan tuhan itu jamak, tidak tunggal.
- f. Menurut A.H. Hasanuddin, dakwah adalah menyampaikan isi pernyataan ajaran Allah swt. Dan RasulNya kepada umat manusia, dan kedudukan masalah pokok dakwah adalah wajib hukumnya.¹⁰

Dari beberapa definisi tersebut diatas, meskipun terdapat perbedaan dalam perumusan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

⁷ Shonhadji Sholeh, *Sosiologi Dakwah*, Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press, 2011, 35.

⁸ Kementerian Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemahannya*, Semarang: Tanjung Mas Inti, 1996, 619

⁹ Suisyanto, *Pengantar Filsafat Dakwah*, Yogyakarta: Teras, 2006,

¹⁰ A.H. Hasanuddin, *Bekal Langkah Berdakwah*, 1405 H.

- a. Dakwah merupakan suatu usaha atau aktivitas yang dilakukan dengan sadar dan sengaja.
- b. Usaha yang dilakukan atau diselenggarakan itu berupa mengajak orang untuk beriman dan mentaati perintah Allah SWT, amar ma'ruf atau perbaikan dan pembangunan masyarakat dan nahi mungkar.
- c. Usaha tersebut dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan di akhirat kelak yang diridloi oleh Allah SWT.

Dapat disimpulkan lagi bahwa dakwah adalah serangkaian kegiatan penyampaian pesan-pesan ajaran-ajaran Islam yang diperintahkan Allah Swt untuk kemaslahatan umat dengan cara menyeru, mengajarkan dan merealisasikan syariat- syariat Islam sesuai dengan petunjuk Alqur'an dan Hadits demi mencapai jalan yang lebih baik yakni kebahagiaan dunia dan akhirat. Seperti yang dijelaskan didalam hadist Rasulullah Saw berikut:

مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيُغَيِّرْهُ بِيَدِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ بِإِسَانِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ
فَبِقَلْبِهِ وَذَلِكَ أَضْعَفُ الْإِيمَانِ

Artinya: Barang siapa di antara kamu melihat kemungkaran hendaklah ia mencegah kemungkaran itu dengan tangannya. Jika tidak mampu, hendaklah mencegah dengan lisan, jika tidak mampu juga, hendaklah ia mencegahnya dengan hatinya itulah selemah-lemah iman. (HR. Muslim)

Hadist diatas menunjukkan perintah kepada umat Islam untuk mengadakan dakwah sesuai dengan kemampuan masing-masing. Apabila seorang muslim mempunyai kekuasaan tertentu maka dengan kekuasaannya itu ia diperintah untuk mengadakan dakwah. Jika ia hanya mampu dengan lisannya maka dengan lisan itu ia diperintahkan untuk mengadakan seruan dakwah, bahkan sampai diperintahkan untuk

berdakwah dengan hati, seandainya dengan lisan pun ternyata ia tidak mampu.¹¹

Keterangan yang dapat diambil dari hadist Nabi diatas adalah bahwa kewajiban berdakwah itu merupakan tanggung jawab dan tugas setiap muslim di manapun dan kapanpun ia berada. Tugas dakwah ini wajib dilaksanakan bagi laki- laki dan perempuan Islam yang baligh dan berakal. Kewajiban dakwah ini bukan hanya kewajiban para ulama, tetapi merupakan kewajiban setiap insan muslim dan muslimat tanpa terkecuali.

2. Unsur-unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur-unsur tersebut adalah *da'i* (pelaku dakwah), *mad'u* (mitra dakwah), *maddah* (materi dakwah), *wasilah* (media dakwah), *thariqah* (metode), dan *atsar* (efek dakwah).

a. *Da'i* (pelaku dakwah)

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan maupun tulisan ataupun perbuatan yang baik secara individu, kelompok atau berbentuk organisasi atau lembaga.

Kata *da'i* ini secara umum sering disebut dengan mubaligh (orang yang menyempurnakan ajaran islam) namun sebenarnya sebutan ini konotasinya sangat sempit karena masyarakat umum cenderung mengartikan sebagai orang yang menyampaikan ajaran islam melalui lisan seperti penceramah agama, khatib (orang yang berkhotbah), dan sebagainya.

Da'i juga harus tahu apa yang disajikan dakwah tentang Allah, alam semesta, dan kehidupan, serta apa yang dihadirkan dakwah untuk memberikan solusi, terhadap prablema yang dihadapi manusia,

¹¹ Muslim ibn al-Hajjaj Abu al-Hasan al Qusyairi, Sahih Muslim, *Juz 1* Beirut: Dar Ihya al-Turas al-Arabi, t.th, 69.

juga metode-metode yang dihadapkannya untuk menjadikan agar pemikiran dan perilaku manusia tidak salah dan tidak melenceng.

b. *Mad'u* (penerima dakwah)

Unsur dakwah yang kedua adalah *mad'u*, yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama islam maupun tidak, atau dengan kata lain manusia secara keseluruhan. Sesuai dengan firman Allah QS. Saba' 28:

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ

Artinya: “Dan kami tidak mengutus kamu, melainkan kepada umat manusia seluruhnya sebagai pembawa berita gembira dan sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tiada yang mengetahui”. (QS. Saba': 28)

c. *Maddah* (materi dakwah)

Secara umum, materi dakwah diklasifikasikan menjadi empat masalah pokok, yaitu:

1) Masalah *Aqidah* (keimanan)

Aspek *akidah* adalah yang akan membentuk moral (*akhlak*) manusia. Oleh karena itu, yang pertama kali dijadikan materi dalam dakwah Islam adalah masalah *aqidah* atau keimanan. Ciri-ciri yang membedakan *aqidah* dengan kepercayaan agama lain, yaitu:

- a) Keterbukaan melalui persaksian (*syahadat*).
- b) Cakrawala pandangan yang luas dengan memperkenalkan bahwa Allah adalah Tuhan seluruh alam.
- c) Ketahanan antara iman dan Islam atau antara iman dan amal perbuatan.

Orang yang memiliki iman yang benar (hakiki) akan cenderung untuk berbuat baik dan akan menjauhi perbuatan jahat, karena

perbuatan jahat akan berkonsekuensi pada hal-hal yang buruk. Iman inilah yang berkaitan dengan dakwah Islam dimana *amar ma'ruf nahi mungkar* dikembangkan yang kemudian menjadi tujuan utama dari suatu proses dakwah.

2) Masalah *Syari'ah*

Materi *dakwah* yang bersifat *syari'ah* ini sangat luas dan mengikat seluruh umat Islam. Disamping mengandung dan mencakup kemaslahatan sosial dan moral, materi dakwah ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang benar dan kejadian secara cermat terhadap *hujjah* atau dalil-dalil dalam melihat persoalan pembaruan, sehingga umat tidak terperosok kedalam kejelekan, karena yang diinginkan dalam dakwah adalah kebaikan.

3) Masalah *Akhlaq*

Secara etimologis, kata *akhlaq* berasal dari bahasa Arab, jamak dari *khuluqun* yang berarti budi pekerti, perangai, dan tingkah laku atau *tabi'at*. Sedangkan secara terminologi, pembahasan *akhlaq* berkaitan dengan masalah *tabi'at* atau kondisi *temperature* batin yang mempengaruhi perilaku manusia.

Berdasarkan pengertian ini, maka ajaran *akhlaq* dalam Islam pada dasarnya meliputi kualitas perbuatan manusia yang merupakan ekspresi dari kondisi kejiwaannya. Islam mengajarkan kepada manusia agar berbuat baik dengan ukuran yang bersumber dari Allah SWT.

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa apa yang menjadi sifat Allah SWT,

pasti dinilai baik oleh manusia sehingga harus dipraktikkan dalam perilaku sehari-hari.¹²

Ali Yafie menyebutkan lima pokok materi dakwah, yaitu

a) Masalah Kehidupan

Kehidupan yang dianugerahkan Allah kepada manusia merupakan modal dasar yang harus dipergunakan secermat mungkin. Dakwah memperkenalkan dua jenis kehidupan, yaitu kehidupan di bumi yang sangat terbatas ruang dan waktu. Dan kehidupan akhirat yang terbatas dan kekal abadi sifatnya.

b) Masalah Manusia

Bahwa manusia adalah makhluk yang mempunyai hak hidup, hak memilki, hak berketurunan, hak berfikir sehat, dan hak menganut keyakinan yang di imani. Serta diberi kehormatan untuk mengemban penegasan Allah yang mencakup:

- Pengenalan yang benar dan pengabdian yang tulus kepada Allah
- Pemeliharaan dan pengembangan dirinya dalam perilaku dan perangai yang luhur
- Memelihara hubungan yang baik, yang damai, dan rukun dengan lingkungannya (*sosial* dan *cultural*)

c) Masalah harta benda

Masalah benda (*mal*) yang merupakan perlambang kehidupan. Maksudnya disini tidak akan dibenci dan hasrat untuk memilikinya tidak dimatikan dan tidak dibekukan. Akan tetapi ia hanya

¹² H.M. Yunan Yusuf, *Manajemen Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2006, 26-28

dijinakkan dengan ajaran *qona'ah* dan dengan ajaran cinta sesama dan kemasyarakatan, yaitu ajaran *infaq* (pengeluaran dan pemanfaatan) harta benda bagi kemaslahatan diri dan masyarakat.¹³

d) Masalah Ilmu Pengetahuan

Dakwah menerangkan tentang pentingnya ilmu pengetahuan, sebab ilmu pengetahuan adalah hak semua manusia Islam menetapkan tiga jalur ilmu pengetahuan:

- Mengetahui tulisan dan membaca
- Penalaran dalam penelitian atas rahasia-rahasia alam
- Penggambaran di bumi seperti study tour dan ekspedisi ilmiah

e) Masalah Aqidah

Keempat pokok yang menjadi amteri dakwah di atas harus berpangkal pada akidah islamiah. Akidah mengikat kalbu manusia dan menguasai batinnya. Akidah inilah yang membentuk moral (akhlak) manusia. Oleh karena itu, pertama kali yang dijadikan materi dakwah Rasulullah adalah akidah dan keimanan. Dengan iman yang kukuh akan lahir keteguhan dan pengorbanan yang akan selalu menyertai setiap langkah dakwah.¹⁴

Bertolak dari materi yang disampaikan itu kegiatan dakwah dalam bentuk implementatif

¹³ Ali Yafie, *Dakwah dalam Al-Qu'an dan As-Sunnah* , Jakarta: Wijaya,1992, 17

¹⁴ Ali Yafie, *Dakwah dalam*, 10

mudah dilaksanakan sebagai realisasi pengalamannya.¹⁵

d. *Wasilah* (media dakwah)

Unsur dakwah yang ke empat adalah wasilah (media dakwah), yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u. Media ialah alat atau wahana yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima.

Untuk itu komunikasi bermedia (*mediated communication*) adalah komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya, dan banyak jumlahnya. Komunikasi bermedia disebut juga dengan komunikasi tak langsung (*indirect communication*) dan sebagai konsekuensinya arus balik pun tidak terjadi pada saat komunikasi dilancarkan.

Untuk itu, komunikasi melalui media bersifat satu arah sehingga komunikator tidak mengetahui tanggapan komunikan dengan seketika. Komunikator tidak mengetahui tanggapan komunikan pada saat dia berkomunikasi. Oleh karena itu, dalam melancarkan komunikasi yang bermedia, komunikator harus lebih matang dalam merencanakan dan dalam persiapan, sehingga dia merasa pasti bahwa komunikasinya tersebut berhasil. Untuk itu, dia harus memperhatikan beberapa faktor.

Komunikator harus mengetahui sifat-sifat komunikan yang dituju dan memahami sifat-sifat media yang akan digunakan. Komunikasi yang dituju dengan menggunakan media bentukannya bisa hanya seorang, dapat dengan kelompok kecil

¹⁵ RB. Khatib Pahlawan Kayo, *Manajemen Dakwah: Dari Dakwah Konvensional Menuju Dakwah Profesional*, Jakarta: Amzah, 2007, 53

orang, bisa juga sejumlah orang yang amat banyak¹⁶.

Banyak alat yang dapat dijadikan sebagai sebagai media dakwah. Dapat dikatakan bahwa alat komunikasi apapun selama itu baik dapat digunakan sebagai media dakwah, namun perlu digaris bawahi, bahwa dapat dikatakan sebagai media selama tujuannya untuk berdakwah¹⁷.

Ada beberapa pendapat tentang media dakwah dan macam-macamnya, antara lain sebagai berikut:

Menurut Hasjmy dalam Aziz bahwa media dakwah dan sarana dakwah atau alat dakwah dan medan dakwah ada enam macam, yaitu: *mimbar* (podium) dan *khithabah* (pidato/ceramah), *qalam* (pena) dan *kitabah* (tulisan); *masrah* (pementasan) dan *malhamah* (drama); seni suara dan seni bahasa; madrasah dan dayah (surau); serta lingkungan kerja dan usaha.

Abdul Kadir Munsyi mencatat enam jenis media dakwah yaitu: lisan, tulisan, lukisan atau gambaran, audio-visual, perbuatan, dan organisasi.

Asmuni Syukir mengelompokkan media dakwah menjadi enam juga, yaitu: lembaga-lembaga pendidikan formal, lingkungan keluarga, organisasi-organisasi Islam, hari-hari besar Islam, media massa, dan seni budaya.

Hamzah Ya'qub membagi media dan metode dakwah menjadi lima macam yaitu: lisan, tulisan, lukisan, audio visual, dan akhlak.

Mira Fauziah membagi media menjadi dua macam: media dakwah eksternal (yang terdiri media cetak, media auditif, media visual, dan media

¹⁶ Wahyu Illaihi, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010, 104

¹⁷ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009, 405

auditif visual) dan media dakwah internal (surat, telfon, pertemuan, wawancara, dan kunjungan).

Sedangkan al-bayanuni hanya memilih media menjadi dua, yaitu media materi (*madiyyah*) yaitu segala sesuatu yang dapat ditangkap dengan panca indera untuk membantu pendakwah dalam dakwahnya, seperti ucapan, gerakan, alat-alat, perbuatan, dan sebagainya dan yang kedua media non materi (*ma'nawiyah*) yaitu yang tidak dapat ditangkap dengan panca indera yaitu berupa perasaan dan pikiran, keimanan dan keikhlasan pendakwah¹⁸.

Media apakah yang paling efektif, media apakah yang terbaik untuk mempopulerkan, mengajarkan, memantapkan, atau mengingatkan sesuatu dalam dakwah.

Secara terperinci, Hamzah Ya'qub membagi media dakwah itu menjadi lima :

- 1) Lisan, inilah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara. Media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.
- 2) Tulisan, buku majalah, surat kabar, korespondensi (surat, e-mail, sms), spanduk, dan lain-lain.
- 3) Lukisan, gambar, karikatur, dan sebagainya.
- 4) Audio visual, yaitu alat dakwah yang dapat merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya, bisa berbentuk televisi, slide, ohp, internet, dan sebagainya.
- 5) Akhlak, yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam yang dapat dinikmati dan didengarkan oleh mad'u.

¹⁸ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009, 406

Sedangkan jika dilihat dari segi penyampaian pesan dakwah, dibagi menjadi tiga golongan media yaitu:

- 1) *The spoke words* (berbentuk ucapan) Yang termasuk dalam kategori ini adalah alat yang mengeluarkan bunyi. Karena hanya dapat ditangkap oleh telinga dan biasa disebut dengan *the audial media* dan dapat dipergunakan dalam kehidupan sehari-hari seperti telepon, radio, dan lain-lain.
- 2) *The printed writing* (tulisan) Yang termasuk di dalamnya adalah barang-barang cetak, gambargambar tercetak, lukisan-lukisan, tulisan-tulisan, buku, surat kabar, majalah, brosur, sms, dan sebagainya.
- 3) *The Audio Visual* (berbentuk gambar hidup) Yaitu merupakan penggabungan dari dua golongan di atas, yang termasuk dalam kategori ini adalah film, video, DVD, CD, dan sebagainya¹⁹.

Pedekatan dalam berkomunikasi di masyarakat yang dilakukan oleh seorang da'i dapat melalui beragam media, seperti lisan (*dakwah bi allisan*), tulisan (*dakwah bi al-kitabah*) dan perbuatan (*dakwah bi al-hal*). Rasulullah digambarkan dalam sejarah, dalam melakukan dakwahnya menggunakan ketiga media tersebut.

Hal ini dijadikan Rasulullah untuk menyeru kepada ajaran Allah baik untuk orang kafir untuk sadar menjadi muslim maupun bagi umat muslim sendiri sebagai usaha untuk mempertebal keimanan dan ketaqwaan seseorang.

Untuk kepentingan dakwah dengan menggunakan media lisan, dibutuhkan kelengkapan ketrampilan serta pengetahuan penunjang lainnya

¹⁹Lihat<http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/Libraria/article/view/1193/> diakses pada tanggal 12 Juli 2019

agar proses dakwah berjalan dengan mulus dan lancar. Seperti penguasaan pada teknik berbicara, public speaking, serta model-model komunikasi lisan merupakan salah satu factor yang dapat mendukung keberhasilan dakwah bi al-lisan.

Selanjutnya media tulisan (*dakwah bi al-kitabah*), dengan memperhatikan karakteristik tulisan sebagai media menyampaikan pesan, proses ini memberikan kesempatan bagi para pembacanya untuk menginternalisasi pesan-pesan secara leluasa. Berbeda dengan media lisan, pesan-pesan tertulis dapat berulang kali dibaca jika sewaktu-waktu ditemukan paparan yang sulit dipahami. Kesalahan dalam menginterpretasi pesan juga dapat dikontrol dengan mengulang-ulang bacaannya atau bahkan mendiskusikannya sendiri.

Berbagai macam karya tulis, baik ilmiah, ilmiah populer, maupun fiktif seperti novel, cerpen, cerber, biasanya digunakan orang untuk mengungkapkan pesan. Karya-karya tersebut merupakan salah satu perwujudan media yang efektif dalam berdakwah, terutama ketika dakwah ditujukan kepada mereka yang telah memiliki budaya baca melebihi budaya tutur. Seperti Jalaluddin rahmad, Hamka, Quraish Shihab dan masih banyak yang lainnya.

Sedangkan yang ketiga, dakwah melalui media perbuatan (*dakwah bi al-hal*). Melalui perbuatan dikenal dengan istilah *ibda binafsik* sebagai suatu pendekatan internalisasi nilai-nilai ke dalam perilaku orang lain²⁰. Dakwah ini dengan perbuatan nyata seperti yang pernah dicontohkan oleh Rasulullah SAW, terbukti pertama kali ketika di Madinah, beliau mendirikan Masjid Quba, mempersatukan kaum Anshor dan Muhajirin dalam ikatan ukhuwah Islamiah.

²⁰ Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2012, 35-37

Pada dasarnya konsep dakwah ini murni bersumber dari Islam, namun yang sering kali mempraktekkan di masyarakat ada para misionaris, dan dakwah Islam seringkali terjebak dengan nilai-nilai noermatif²¹.

e. *Thariqah* (metode)

Metode dakwah, adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah (Islam). Sebagaimana yang tertulis dalam al-Qur'an surat an-Nahl ayat 125:

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

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.” (Q.S. An-Nahl:125)

- 1) *Bi al hikmah* (kebijaksanaan), yaitu cara-cara penyampaian pesan-pesan dakwah yang sesuai dengan keadaan penerima dakwah. Operasionalisasi metode dakwah bil hikmah dalam penyelenggaraan dakwah dapat berbentuk: ceramah-ceramah pengajian, pemberian santunan kepada anak yatim atau korban bencana alam, pemberian modal, pembangunan tempat-tempat ibadah dan lain sebagainya.

²¹ Siti Muriah, *Metodologi Dakwah Kontemporer*, Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2000, 75-76

- 2) *Mau'idzah hasanah*, yaitu nasehat yang baik, berupa petunjuk ke arah kebaikan dengan bahasa yang baik yang dapat mengubah hati agar nasehat tersebut dapat diterima, berkenaan di hati, enak didengar, menyentuh perasaan, lurus dipikiran, menghindari sikap kasar dan tidak boleh mencaci/ menyebut kesalahan audience sehingga pihak objek dakwah dengan rela hati dan atas kesadarannya dapat mengikuti ajaran yang disampaikan oleh pihak subjek dakwah bukan propaganda yang memaksakan kehendak kepada orang lain.
 - 3) *Mujadalah* atau diskusi apabila dua metode di atas tidak mampu diterapkan, dikarenakan objek dakwah mempunyai tingkat kekritisian tinggi seperti seperti, ahli kitab, orientalis, filosof dan lain sebagainya. Sayyid Qutb menyatakan bahwa dalam menerapkan metode ini perlu diterapkan hak-hak sebagai berikut:
 - a) Tidak merendahkan pihak lawan atau menjelek-jelekan, mencaci, karena tujuan diskusi untuk mencapai sebuah kebenaran.
 - b) Tujuan diskusi semata-mata untuk mencapai kebenaran sesuai dengan ajaran Allah.
 - c) Tetap menghormati pihak lawan sebab setiap jiwa manusia mempunyai harga diri.²²
- f. *Atsar* (efek dakwah)
- Efek dalam ilmu komunikasi biasa disebut dengan *feed back* (umpan balik) adalah umpan balik dari reaksi proses dakwah, dalam bahasa sederhananya adalah reaksi dakwah yang

²² Prof. Dr. Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, Surabaya : Kencana, 2008, 218-219

ditimbulkan oleh aksi dakwah.²³ Menurut Jalaluddin Rahmat dalam buku *Komunikasi Dakwah* karya Wahyu Illaihi ini, efek dapat terjadi pada tataran yaitu:

- 1) Efek kognitif, yaitu timbul jika ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan dipersepsi oleh khalayak.
- 2) Efek afektif, yaitu efek yang timbul jika ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak.
- 3) Efek behavioral, yaitu merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan tindakan berperilaku.²⁴

3. Tujuan Dakwah

Tujuan merupakan pernyataan bermakna, keinginan yang dijadikan pedoman manajemen organisasi untuk meraih hasil tertentu atas kegiatan yang dilakukan dalam dimensi waktu tertentu. Tujuan (objective) diasumsikan berbeda dengan sasaran (goals). Dalam tujuan memiliki target target tertentu untuk dicapai dalam waktu waktu tertentu. Sedangkan sasaran adalah pernyataan yang telah ditetapkan oleh manajemen puncak untuk menentukan arah organisasi dalam jangka panjang.²⁵

Sebenarnya tujuan dakwah itu tidak lepas dari pembicaraan tentang Islam sebagai agama dakwah. Islam berintikan pengambilan fitrah manusia pada esensi semula sebagai hamba Allah dan sekaligus khalifatullah. Manusia adalah puncak ciptaan Allah yang tertinggi di muka bumi ini. Dan fitrah manusia paling hakiki yang diajarkan Islam adalah tauhid.²⁶

²³ Wahyu Illaihi, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010, 21.

²⁴ Wahyu Illaihi, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010, 23

²⁵ Ali Aziz Muhammad, *Ilmu Dakwah*, Prenada Media, Jakarta, 2004

²⁶ Hadi sofyhan, *Ilmu Dakwah*, 18

Menurut kodratnya, manusia adalah “*hanief*” artinya makhluk yang cinta pada kesucian dan cenderung kepada kebenaran. Pada titik tertentu kebenaran dan kesucian terkahir menjadi yang menjadi tujuan hidup manusia adalah kebenaran mutlak yaitu Allah SWT. Sebagaimana firman Allah SWT:

وَكَيْفَ تَكْفُرُونَ وَأَنْتُمْ تُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ آيَاتُ اللَّهِ وَفِيكُمْ رَسُولُهُ ۗ

وَمَنْ يَعْتَصِم بِاللَّهِ فَقَدْ هُدِيَ إِلَىٰ صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ ﴿١٠١﴾

Artinya: “Bagaimana kamu kafir, padahal dibacakan kepadamu ayat-ayat Allah (Qur’an) dan setiap padamu ada Rasul-Nya? Barang siapa yang berpegang kepada (agama) Allah, sesungguhnya Ia telah mendapat petunjuk ke jalan yang lurus (Q.S Ali Imron ayat 101)

Untuk mencapai kesejahteraan dan kebahagiaan hidup dan kehidupan manusia di dunia dan akhirat, maka tindakan duniawinya harus melihat diri, aspek tugas kejadian manusia sebagai khlifah Allah di muka bumi dan menjai amanat tujuan kejadian manusia yaitu mengabdikan kepada Allah dari aspek Ukhrawi.

Secara umum, M. Quraish Syihab mengemukakan tujuan dakwah dalam melihat peran intelektual muslim sebagai unsur kontrol sosial adalah sebagai berikut:²⁷

- a. Mempertebal dan memperkokoh iman kaum muslimin, sehingga tidak tergoyahkan oleh pengaruh-pengaruh negatif dari kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, atau paham-paham yang membahayakan negara, bangsa dan agama.
- b. meningkatkan tata kehidupan umat dalam arti yang luas dengan mengubah dan mendorong mereka untuk menyadari bahwa agama meajibkan mereka untuk berusaha menjadikan hari esok lebih cerah dari hari ini.

²⁷ Amin Samsul Munir, *Ilmu Dakwah*, Amzah, Jakarta, 2009, 65

- c. Meningkatkan pembinaan akhlak umat Islam, sehingga memiliki sikap dan perilaku yang baik dalam kehidupan beragama, bermasyarakat dan bernegara.

Dari beberapa tujuan diatas dakwah bertujuan untuk mewujudkan individu atau masyarakat yang menghayati dan mengamalkan ajaran Islam dalam berbagai aspek kehidupan baik dari segi kualitas maupun kuantitas.

Sedangkan Amrullah Achmad lebih menekankan tujuan dakwah sebagai cara untuk mempengaruhi manusia dalam mewujudkan ajaran Islam dalam berpikir, bersikap dan bertindak apda dataran kenyataan individual dan sosial kultural.

Lebih kongkritnya Abdul Kadir Munsyi memberikan 3 pokok urgensi dari tujuan dakwah yaitu:

- a. Mengajak manusia seluruhnya agar menyembah Allah yang Maha Esa, tanpa mempersekutukannya dengan sesuatu dan tidak pula ber-Tuhankan selain Allah.

Firman Allah “sembahlah olehmu akan Allah, janganlah engkau mempersukutukannya dengan sesuatu” (An-Nisa: 36).

- b. Mengajak kaum muslimin agar mereka ikhlas beragama karena Allah, menjaga amal perbutannya, jangan bertentangan dengan iman.

Firman Allah “padahal mereka tidak disuruh kecuali supaya menyembah Allah dengan memurnikan ketaatan kepadanya” (Al-Bayyinah: 5).

- c. Mengajak manusia untuk mengimplementasikan hukum Allah yang akan mewujudkan kesejahteraan dan keselamatan bagi ummat manusia seluruhnya. Sebagaimana Firman Allah dalam surat al-Maidah ayat 44 yang artinya,

“..... barang siapa yang tidak memutuskan menurut apa yang diturunkan oleh Allah, maka mereka itu adalah orang-orang yang kafir”.

Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan dakwah antara lain:

- a. Pada dataran teologis, tujuan dakwah adalah untuk mengembalikan fitrah manusia pada esensi yang paling hakiki yaitu tauhid. Tauhid adalah awal dan akhir dari seluruh Islam. Pentingnya tauhid bagi manusia menjadi sumber kehidupan jiwa dan pendidikan kemanusiaan untuk mengikhlaskan hidup dan kehidupannya kepada Allah SWT dan tujuan akhir untuk mencari keridhaan Allah.
- b. Dataran sosiologis, untuk memasyarakatkan ajaran Islam kepada umat manusia agar mampu meningkatkan taraf kehidupan bermasyarakat, beragama yang di landasi akhlakul karimah. Permasyarakatan ini harus diarahkan untuk mengembangkan iman, sehingga melahirkan amal saleh dan ilmu yang bermanfaat. Prinsip ini mengindisasikan bahwa perhatian dakwah ini bukan saja kuantitas tetapi kualitas.²⁸

Meskipun definisi tentang tujuan dakwah bervariasi, namun pada hakekatnya dakwah Islam merupakan aktualisasi imani yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia beriman, dalam bidang kemasyarakatan yang dilaksanakan secara teratur, untuk mempengaruhi cara merasa, berpikir, bersikap dan bertindak manusia pada dataran kenyataan individual serta kultural dalam rangka kehidupan manusia, dengan menggunakan cara tertentu.

Dengan demikian, dari semua tujuan - tujuan tersebut di atas, merupakan penunjang daripada tujuan akhir aktifitas dakwah. Tujuan akhir ini aktifitas dakwah adalah terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan manusia lahir dan bathin di dunia dan di akherat nanti.

²⁸ Hadi sofyan, *Ilmu Dakwah*, 19-20

B. Media Cetak

1. Pengertian media massa

Media berasal dari kata latin “*medium*” (tunggal) “*media*” (jamak) yang secara harfiah berarti pertengahan, tengah, pusat.²⁹ Kosakata Inggris mengambil alih begitu saja dari latin baik bentuk tunggal maupun jamaknya, dalam kamus Inggris-Indonesia³⁰ kata “*media*” mengacu pada kata tunggalnya “*medium*”, ada banyak makna yang diberikan, namun yang cocok dan relevan dengan konteks media cetak adalah pengertian yang ketiga dan keempat, yaitu perantara, alat jalur (*of communications*).

Media disini diartikan dengan alat jalur dari komunikasi (*massa*), atau perantara yang mempertemukan seseorang dengan orang lain sehingga memungkinkan terjadinya komunikasi (*komunikasi massa*).

Cetak secara harfiah berasal dari Bahasa Indonesia adalah “cetak” yaitu cap, acuan. Makna harfiah ini belum cukup memuaskan, karena itu kita masih perlu mengacu kepada kosakata Inggrisnya. Dalam Bahasa Inggris, cetak yang berkaitan dengan produksi media cetak adalah *press*. *Press* berarti mesin untuk mencetak buku, media, surat kabar. Adapun *the press* adalah surat kabar, media, dan juga di dalamnya para wartawan, termasuk wartawan dari jurnalis (*editor*) media elektronika baik radio maupun televisi.³¹

Sementara kata *pers* sendiri berarti:

- a. Usaha percetakan dan penerbitan
- b. Usaha pengumpulan dan penyiaran berita

²⁹ Prent, CM, dkk, *Kamus Latin-Indonesia*, hlm. 525:1969

³⁰ Echlos, M. John, *Kamus Inggris-Indonesia*, Gramedia Pustaka Utama, 2000, 377

³¹ Sareb, Masri Putra, *Media Cetak Bagaimana Merancang dan Memproduksi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 4-5

- c. Penyiaran berita melalui surat kabar, media dan radio.

Media massa merupakan salah satu alat yang digunakan untuk berkomunikasi setiap hari, kapan saja dan dimana saja antara satu orang dengan orang yang lain. Setiap orang akan selalu memerlukan media massa untuk mendapatkan informasi mengenai kejadian di sekitar mereka, dengan media massa pula orang akan mudah mendapatkan informasi yang mereka butuhkan pada saat tertentu mereka menginginkan informasi.

Disisi lain manusia dapat berbagi kejadian-kejadian yang terjadi di sekitar mereka kepada orang lain. Sehingga antara satu orang dengan orang lain di daerah yang berbeda dapat melakukan pertukaran informasi mengenai kejadian disekitar mereka melalui media massa.

Perlu ditekankan bahwa dalam hal ini yang dimaksud media adalah media atau alat yang menunjuk pada hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa, bukan media tradisional seperti wayang, kethoprak, ludruk, dan lain sebagainya.

Sedangkan media massa modern terbagi menjadi dua yaitu media massa yang tercetak dalam sebuah kertas (media cetak) dan media yang terdiri dari perangkat mesin- mesin (media elektronik), media massa cetak misalnya majalah, surat kabar, dan lain sebagainya. Serta media elektronik seperti radio dan televise.³²

Sehingga dalam hal ini media yang dimaksud adalah media yang merupakan hasil dari adanya teknologi terbaru atau modern yang dapat menyampaikan sebuah informasi terkini yang meliputi kehidupan bermasyarakat dan penting diketahui oleh masyarakat. Komunikasi massa meliputi semua lapisan masyarakat atau khalayak ramai dalam berbagai

³² Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2009, 3

perbedaan, perbedaan tersebut terdapat pada usia, agama atau keyakinan, pendidikan, status sosial dan semua yang terjangkau oleh saluran media massa. Ada hubungan timbal balik antara media dengan khalayak, khalayak dapat mempengaruhi media dan sebaliknya media juga dapat mempengaruhi khalayak.

Media dapat menyampaikan hal penting untuk diketahui masyarakat sehingga masyarakat mengerti dan mengetahui kejadian yang sedang terjadi, begitu pula sebaliknya masyarakat dapat menghubungi media untuk menyampaikan informasi yang ada disekitar mereka melalui nomor-nomor yang dapat dihubungi pada suatu media.

Media massa terbagi menjadi dua jenis yaitu media massa cetak dan media massa elektronik.

- a. Media massa elektronik adalah sarana komunikasi massa melalui perangkat-perangkat elektronik seperti televisi dan radio.
- b. Media cetak adalah sarana komunikasi massa melalui tulisan seperti surat kabar, majalah, tabloid, dan lain-lain.

Media massa elektronik salah satu media yang memiliki kekhususan, hal itu terletak pada dukungan elektronik dan teknologi yang menjadi kekuatan dari media yang berdasar pada elektronik. Salah satu kelebihan media elektronik adalah sifatnya yang *real time* atau disiarkan secara langsung apabila ada peristiwa atau kejadian yang sedang terjadi. Menurut khalayak, media elektronik sifatnya lebih instan daripada media cetak, sehingga media elektronik lebih banyak dipilih oleh khalayak daripada media cetak.³³

2. Pengertian Media Cetak

Media cetak merupakan media tertua yang ada dimuka bumi. Media cetak berawal dari media yang disebut dengan Acta Diuna dan Acta Senatus dikerajaan

³³ Lihat http://eprints.ums.ac.id/25690/3/BAB_I.pdf/ diakses pada tanggal 12 Juli 2019

romawi, kemudian berkembang pesat setelah Johannes Gutenberg menemukan mesin cetak hingga kini sudah beragam bentuknya, seperti surat kabar, tabloid, dan majalah.

Media cetak adalah segala barang cetak yang dipergunakan sebagai sarana penyampaian pesan seperti yang sudah disebutkan sebelumnya macam-macam media cetak pada umumnya.

Sejarah media modern berawal dari buku cetak. Meskipun pada awalnya upaya pencetakan buku hanyalah merupakan upaya penggunaan alat teknik untuk memproduksi teks yang sama atau hampir sama, yang telah disalin dalam jumlah yang besar, namun upaya itu tentu saja masih dapat disebut semacam revolusi. Lambat laun perkembangan buku cetak mengalami perubahan dalam segi isi semakin bersifat sekular dan praktis.

Kemudian semakin banyak pula karya populer, khususnya dalam wujud brosur dan pamflet politik dan agama yang ditulis dalam bahasa daerah, yang ikut berperan dalam proses transformasi abad pertengahan. Jadi, pada masa terjadinya revolusi dalam masyarakat buku pun ikut memainkan peran yang tidak dapat dipisahkan dari proses revolusi itu sendiri.

Hampir dua ratus tahun setelah ditemukannya percetakan barulah apa yang sekarang ini kita kenal sebagai surat kabar prototif dapat dibedakan dengan surat edaran, pamflet, dan buku berita akhir abad keenam belas dan abad ketujuh belas. Dalam kenyataannya terbukti bahwa suratlah yang merupakan bentuk awal dari surat kabar, bukannya lembaran yang berbentuk buku.

Surat edaran diedarkan melalui pelayanan pos yang belum sempurna dan berperan terutama untuk menyebarkan berita menyangkut peristiwa yang ada hubungannya dengan perdagangan internasional. Jadi, munculnya surat kabar merupakan pengembangan suatu

kegiatan yang sudah lama berlangsung dalam dunia diplomasi dan dilingkungan dunia usaha.

Surat kabar pada masa awal ditandai oleh: wujud yang tetap, bersifat komersial (dijual secara bebas), bertujuan banyak (memberi informasi, mencatat, menyajikan adpertensi, hiburan, dan desas-desus), bersifat umum dan terbuka.³⁴

Dalam konsep pengertian tersebut, media cetak (surat kabar dan majalah) memiliki kadar inovasi yang lebih tinggi dari pada buku cetak penemuan (invenisi) bentuk karya tulis, sosial dan budaya yang baru meskipun pada masa itu pandangan yang muncul tidak demikian adanya. Kekhususan surat kabar, jika dibandingkan dengan sarana komunikasi budaya lainnya, terletak pada individualisme, orientasi pada kenyataan, kegunaan, sekularitas (nilai-nilai), dan kecocokannya dengan tuntutan kebutuhan kelas sosial baru, yakni kebutuhan para usahawan kota dan orang profesional.

Kualitas kebaruannya bukan terletak pada unsur teknologi atau cara distribusinya, melainkan pada fungsinya yang tepat bagi kelas sosial tertentu yang berada dalam iklim kehidupan yang berubah dan suasana yang secara sosial dan politis lebih bersifat permisif (terbuka).

Sejarah perkembangan surat kabar serta majalah selanjutnya dapat dipaparkan sebagai serangkaian perjuangan, kemajuan dan pengulangan, yang mengarah ke iklim kebebasan, atau bisa juga dilihat sebagai kelanjutan dari sejarah kemajuan ekonomi dan teknologi.

Unsur-unsur penting dalam sejarah pers yang mempengaruhi batasan surat kabar dan majalah modern akan disajikan pada paragraph-paragraf selanjutnya. Memang sejarah perkembangan pers setiap bangsa

³⁴ Suranto Aw, Komunikasi Sosial Budaya , Yogyakarta: Graha Ilmu 2010, cet pertama, 228-230.

tidak mungkin dipaparkan dalam satu pemaparan ringkas. Terlepas dari hal tersebut, patut dicatat bahwa unsur-unsur penting tersebut, yang sering kali berbaaur dan berinteraksi satu sama lain, merupakan faktor penentu dalam perkembangan institusi pers. Tentu saja dengan kadar pengaruh yang berbeda-beda.³⁵

3. Jenis Media Cetak

Secara umum, jenis media cetak yang ada di Indonesia diklasifikasikan menjadi delapan bagian. Pengklasifikasian tersebut, didasarkan pada waktu terbit media tersebut. Hal ini sesuai dengan apa yang dikeluarkan oleh Dirjen Pembinaan Pers dan Grafika, tentang pembagian media cetak dan pengklasifikasiannya.

Kedelapan jenis media cetak tersebut di antaranya adalah:

a. Surat Kabar Harian

Ini adalah jenis media cetak yang terbit setiap hari, kecuali pada hari-hari tertentu seperti pada 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 sistem straight news atau apa adanya.

b. Surat Kabar Mingguan

Jenis media cetak ini lebih banyak dikenal dengan sebutan tabloid. Biasanya berita yang diangkat adalah berita hiburan atau juga *in depth news* atau liputan mendalam. Tulisan dalam media ini lebih banyak bergaya feature atau deskriptif.

³⁵ Denis McQuail, Teori Komunikasi Massa , Jakarta: Penerbit Airlangga, Edisi Kedua, 1987, 9

- 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 informatif dan biasanya memuat tentang berita life style atau gaya hidup.
- e. **Majalah Bulanan**
Majalah bulanan terbit sekali dalam sebulan. Jenis pemberitaan yang disampaikan biasanya termasuk investigatif 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 aktivitas sesuatu. Misalnya laporan neraca perusahaan atau juga majalah yang berisi laporan pendapatan sebuah lembaga zakat.
- g. **Majalah Tribulanan**
Majalah ini berkonsep hampir mirip dengan majalah dwi bulanan. Yang membedakan hanya masalah waktu terbit, yang dilakukan setiap tiga bulan sekali.
- h. **Bulletin**
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. Buletin juga tidak dibuat untuk kepentingan komersial.³⁶

³⁶ (Lihat https://widuri.raharja.info/index.php/Media_Cetak diakses pada 22 Februari 2019)

4. Kelebihan dan Kekurangan Media Cetak

Sebagai media cetak surat kabar tak lepas dari kekurangan dan kelebihan. Namun antara kelebihan dan kekurangan tersebut saling mengisi antara satu media dengan media lain, sehingga masing-masing media memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Berikut lebih jelasnya kelebihan dan kekurangan surat kabar.

Tabel 2.1 Kelebihan dan Kekurangan Surat Kabar

Kelebihan	Kekurangan
<p>a. Mampu menyajikan informasi atau berita secara jelas dan lengkap, hal ini dapat terjadi karena surat kabar akan menjelaskan suatu kejadian secara detail.</p> <p>b. Bisa dibawa kemana-mana dengan mudah karena surat kabar tercetak di kertas, sehingga mudah jika ingin dibawa.</p> <p>c. Bisa didokumentasikan, surat kabar dapat dikumpulkan dari hari ini hingga batas waktu yang diinginkan, sehingga dapat melihat kejadian yang telah lampau dari dokumentasi tersebut.</p> <p>d. Surat kabar tersebut dapat dibaca berulang-ulang, bahkan esok harinya masih bisa</p>	<p>a. Kualitas cetakan yang rendah menjadikan surat kabar tidak mampu menampilkan gambar yang jelas seperti halnya media cetak seperti majalah ataupun tabloid</p> <p>b. Frekuensi penyebaran surat kabar juga terbatas untuk daerah pelosok, surat kabar hanya dapat dinikmati di kota-kota yang masih terjangkau oleh agen surat kabar, mereka tidak memperhatikan jika di daerah pelosok juga memerlukan surat kabar namun tidak terjangkau oleh media tersebut.</p> <p>c. Sebagai media yang tercetak dan terbaca, membuat surat kabar tidak bisa dinikmati oleh pembaca yang buta huruf, bagi mereka yang buta huruf memilih</p>

<p>dibaca kembali. Jika ingin membeli surat kabar sangat mudah diperoleh, biasanya dengan berlangganan atau membeli diagen-agen surat kabar terdekat.</p>	<p>mendengarkan televisi atau melihat radio.</p>
---	--

Sumber : Suryawati 2011: 4, Morissan, 2010: 311

C. Hasil Penelitian Terdahulu

Supaya penelitian ini menghasilkan sebuah informasi dan pengetahuan yang maksimal, obyektif, serta menghindari terjadinya plagiasi maka penulis mengadakan penelusuran terhadap penelitian-penelitian yang relevan dan studi pustaka terkait penelitian penulis diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan saudara Yayun Alutfiyanto tahun 2009 dalam skripsinya yang berjudul “*Analisis Pesan Dakwah dalam Rubrik Teladan Majalah Ma’arif (Edisi Januari 2002-Juni 2005)*”. Dalam penelitian tersebut, peneliti menggunakan metode analisis deskriptif untuk prosedur pemecahan yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan subyek atau obyek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang nampak. Dengan menggunakan analisis deskriptif isi materi akan digambarkan secara jelas dan materi dakwah akan diklasifikasikan ke dalam tiga materi yaitu akidah, akhlak dan syariah. Hasil penelitian pesan dakwah tersebut adalah bahwa dalam majalah Ma’arif “Rubrik Teladan” pada garis besarnya lebih menonjolkan pesan akhlak.³⁷
2. Penelitian yang dilakukan oleh saudari Nurul Fatimah tahun 2009 dalam skripsinya yang berjudul “*Analisis*

³⁷ (lihat <http://eprints.walisongo.ac.id/4901/1/1102070.pdf>, diakses 13 April 2019).

Terhadap Materi Dakwah Dalam Rubrik Tausiyah Majalah Aham (Edisi 69-78 1429 H)". Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui materi dakwah yang terdapat yang ada dalam rubrik "tausiyah", jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan analisis isi (content analysis) dan memilih paragraf sebagai suatu kajian (unit of analysis) kemudian diklasifikasikan ke dalam tiga pokok materi Islam yaitu aqidah, syariah, akhlak dan peneliti mengambil kebijakan dengan memasukkan materi yang lain misalnya filsafat, tasawuf dan lain-lain. Sedangkan untuk teknik analisis data peneliti menggunakan semiotik deskriptif dengan berfikir secara induktif untuk mengambil kesimpulan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa materi-materi Islam dan rubrik "Tausiyah" majalah Aham edisi 69-78 1429 H terbagi ke dalam dua kategori yaitu: tasawuf dan syariah. Kategori tasawuf muncul 8 kali dan kategori syariah muncul 1 kali.³⁸

3. Penelitian yang dilakukan oleh saudara Nur Setyaningsih tahun 2007 dalam skripsinya yang berjudul "*Analisis Pesan Dakwah Dalam Kolom "Nasihat" Majalah Nabila Tahun 2005*". Dalam skripsi tersebut, Nur Setyaningsih menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan semiotika. Analisis semiotik berguna untuk menarik kesimpulan makna pesan yang terdapat dalam kolom nasihat majalah Nabila. Pada penelitian tersebut materi dakwah digolongkan ke dalam tiga aspek yaitu akhlak, aqidah dan Syariah. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa materi akhlak adalah materi yang

³⁸ Nurul Fatimah, "*Analisis Terhadap Materi Dakwah Dalam Rubrik Tausiyah Majalah Aham*, 2009. Perpustakaan IAIN Walisongo Tahun 2018.

paling menguasai dalam kolom nasihat majalah Nabila.³⁹

4. Penelitian yang dilakukan oleh saudari Faizatun Nadzifah tahun 2014 dalam jurnalnya yang berjudul “*Pesan Dakwah Dosen Dakwah STAIN Kudus Dalam Surat Kabar Harian Radar Kudus*”. Dalam jurnal tersebut, Faizatun Nadzifah membahas tentang Dosen STAIN Kudus berdakwah melalui media cetak yaitu surat kabar harian radar Kudus yang ditujukan untuk semua masyarakat khususnya para mahasiswa STAIN Kudus.⁴⁰
5. Penelitian yang dilakukan oleh saudari Ahmad Zaini tahun 2014 dalam jurnalnya yang berjudul “*Dakwah Melalui Media Cetak*”. Dalam jurnal tersebut, Faizatun Nadzifah membahas tentang dakwah tidak hanya dapat dilakukan melalui lisan, tetapi dapat juga melalui tulisan. Karena, Nabi Muhammad saw pun telah memberi teladan bagaimana berdakwah melalui tulisan, yaitu melalui korespondensi kepada mad'u yang jaraknya lebih jauh. Keberangkatan duta bangsa dengan membawa surat-surat dakwah untuk disampaikan kepada para pembesar kerajaan dan penguasa dunia saat itu, menandai lahirnya sebuah periode dakwah baru dan berbeda dengan periode sebelumnya.⁴¹

Kelima tinjauan pustaka di atas, digunakan peneliti untuk mendukung teori-teori yang digunakan peneliti dalam penelitian dan sebagai bahan pertimbangan atau rujukan dalam menentukan langkah penelitian. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu sangat tajam terutama dalam pemilihan objek serta metode penelitian.

³⁹(lihat http://library.walisongo.ac.id/digilib/files/disk1/35/jtptiain-gdl-s1-2007-nursetyani-1741-1101122_-r.pdf diakses 13 April 2019).

⁴⁰(lihat <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/449/441> diakses 22 Agustus 2019)

⁴¹(lihat <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/500/488> diakses 22 Agustus 2019)

Selain itu juga sebagai perbandingan agar dapat diketahui kelemahan dan kelebihan dari masing-masing jenis penelitian yang menggunakan metode dan analisis berbeda dalam menganalisis pesan dakwah kolom “OASE” Suara Merdeka edisi bulan Januari-Februari 2019.

Adapun persamaan dan perbedaan pada penelitian terdahulu adalah:

Tabel 2.2 Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu

No	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Analisis Pesan Dakwah dalam Rubrik Teladan Majalah Ma'arif (Edisi Januari 2002-Juni 2005)	Dari ketiga penelitian terdahulu ini persamaanya adalah menganalisis pesan/teori dakwah pada media cetak.	Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif
2	Analisis Terhadap Materi Dakwah Dalam Rubik Tausiyah Majalah Aham (Edisi 69-78 1429 H)	Dari ketiga penelitian terdahulu ini persamaanya adalah menganalisis pesan/teori dakwah pada media cetak.	Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis isi (content analysis).
3	Analisis Pesan Dakwah dalam Kolom "Nasihat" Majalah Nabila Tahun 2005	Dari ketiga penelitian terdahulu ini persamaanya adalah menganalisis pesan/teori dakwah pada media cetak.	Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan semiotika.

D. Kerangka Berpikir

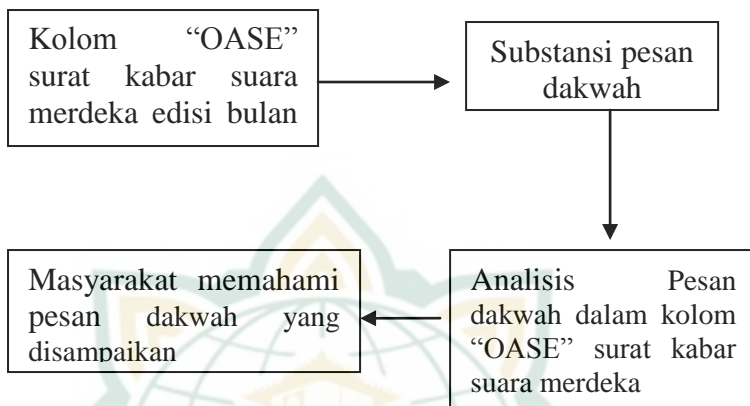


Diagram 2.1 Kerangka berfikir

