

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Dari penelitian terdahulu didapatkan hasil penelitian sebagai berikut, dimana masing-masing mempunyai pandangan yang berbeda dalam penelitian mereka antara lain:

1. INFORMASI ISLAM DALAM MEDIA CETAK (Analisis Isi Mimbar Jum'at pada Harian Umum Sriwijaya Post Palembang pada Edisi Januari-Desember 2007), oleh Joni Saputra fakultas dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2008. Dalam penelitian ini Joni Saputra menggunakan analisis isi yakni metode penelitian untuk menggambarkan secara objektif, sistematis, dan kuantitatif dari isi komunikasi. untuk memperoleh hasil prosentase informasi Islam yang ada pada rubrik mimbar jum'at pada harian umum Sriwijaya Post Palembang selama tahun 2007. Materi informasi Islam tentang akidah sebanyak 17,5 %, materi informasi Islam tentang ibadah sebanyak 30 %, materi informasi tentang muamalah sebanyak 27,5 %, materi informasi Islam tentang akhlak sebanyak 15 % dan materi informasi Islam tentang sejarah sebanyak 10 %.¹
2. PELAKSANAAN DAKWAH ISLAM DI HARIAN SORE WAWASAN (Studi Analisis terhadap Rubrik Mimbar Jum'at Edisi Januari-Desember 2002) ditulis oleh Siti Muzdalifah Fakultas Dakwah Insitut Agama Islam

¹Joni Saputra, "Informasi Islam di Media Cetak, (Analisis Isi Mimbar Jum'at pada Harian Umum Sriwijaya post Edisi Januari-Desember 2007)", *Skripsi*, Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2008, t.d.

Negeri Wali Songo Semarang tahun 2004 pada penelitian ini, Siti Muzdalifah menggunakan analisis isi kuantitatif untuk mengkaji tentang masalah materi dakwah dan teknik penyajian rubrik dalam mimbar jum'at. Hasil penelitian yang diperoleh dalam bidang akidah 19,60 %, bidang syariah sebanyak 47,05 % dan bidang akhlak sebanyak 33,33 %. Hal ini juga dapat disimpulkan bahwa kebutuhan akan materi dakwah dalam bidang syariah dari para pembaca harian sore wawasan sangat besar dibanding dengan bidang akhlak dan akidah. Mengenai teknik penyajiannya, dalam menyampaikan pesan dakwah dalam rubrik mimbar jum'at menggunakan media tulisan yaitu melalui perantara surat kabar harian sore wawasan. Bila dikaitkan dengan metode-metode dakwah atas dapat diketahui mimbar jum'at dalam penyajiannya menggunakan metode tanya jawab.²

3. TANGGAPAN PELANGGAN MUSLIM TERHADAP PEMBERITAAN AGAMA ISLAM DI HARIAN KALTENG POS. (Studi 7 orang Pelanggan Muslim Surat Kabar Harian Kalteng Pos Di Kelurahan Menteng Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pendekatan deskriptif fenomenologis, artinya penelitian dalam pandangan fenomenologis berusaha memahami arti peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap orang-orang bisa dalam situasi-situasi tertentu. Hasil penelitian yang didapat bahwa pemberitaan tentang keagamaan membantu orang yang sedikit mempunyai pengetahuan agama serta untuk menambah wawasan pengetahuan tentang informasi-informasi

²Siti Muzdalifah, "Pelaksanaan Dakwah Islam di Harian Sore Wawasan, (Studi Analisis Terhadap Rubrik Mimbar Jum'at Edisi Januari-Desember 2002)", *Skripsi*, Semarang; Institut Agama Islam Negeri Wali Songo, 2004, t.d.

lokal berkenaan dengan agama. Melalui media cetak ini dapat wawasan dan pengetahuan agama tanpa waktu lama dan dalam waktu singkat serta tanpa harus meninggalkan rumah. Mengetahui informasi seputar Islam serta jawaban-jawaban atas pertanyaan yang dilontarkan pembaca dikolom SMS Ramadhan, pojok renungan, artikel tokoh-tokoh Islam dan tausiyah. Pemberitaan agama yang dibaca pelanggan pada surat kabar harian Kalteng Pos yang memberikan kesadaran beragama bagi pembacanya. Pemberitaan keagamaan SMS Ramadhan, tausiyah, artikel keagamaan. Profil tentang tokoh Islam yang agamis sehingga mendorong pelanggan untuk lebih beribadah dan mendekatkan diri kepada Allah SWT.³

4. PESAN DAKWAH DALAM KORAN REPUBLIKA (Analisis Isi Rubrik Hikmah Edisi Desember 2012), ditulis oleh Ponda Samarkandi tahun 2013. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, hanya saja perbedaan terletak pada subjek dan objek kajian yang diteliti. Subjek penelitiannya adalah rubrik hikmah surat kabar harian *Republika* dan objek yang diteliti materi pesan dakwah yang disampaikan dalam rubrik hikmah. Metode yang digunakan penelitian deskriptif kuantitatif, yakni berupaya mendeskripsikan gejala atau fenomena dari suatu variabel yang diteliti tanpa berupaya menjelaskan hubungan-hubungan yang ada. Penelitian ini hanya untuk mendeskripsikan, yaitu menggambarkan aspek-aspek dan karakteristik dari suatu pesan. Ia

³Abdul Kadir, “Tanggapan Pelanggan Muslim Terhadap Pemberitaan Agama Islam di Harian Kalteng Pos. (Studi 7 Orang Pelanggan Muslim Surat Kabar Harian Kalteng Pos di Kelurahan Menteng Kecamatan Jekan Raya Kota Palangka Raya).” *Skripsi*, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palangka Raya, 2009, t.d.

mengungkap prosentase kemunculan Pesan Dakwah Dalam Koran *Republika* dengan menggunakan analisis isi kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan akhlak mendapat prosentase sebesar 64 %, syar'ah mendapat 28 %, dan akidah mendapat prosentase sebesar 8 %. Sesuai dengan visi misi, dari *Republika* itu sendiri adalah mewujudkan Islam *Rahmatan lil al'lamin* dan slogan *You can All Read* (semua orang bisa membaca), maka yang lebih dominan mengisi rubrik hikmah itu adalah masalah akhlak. Hal itu disebabkan karena akhlak lebih bersifat umum dan bisa diterima oleh semua orang, baik itu muslim maupun nonmuslim. Dengan demikian, dapat penulis simpulkan bahwa *Republika* lebih menekankan pada perbaikan akhlak dalam rangka mewujudkan masyarakat yang berakhlak mulia.⁴

Dari beberapa penelitian di atas, penulis berinisiatif melakukan penelitian yang berbeda dari penelitian sebelumnya. Perbedaan tersebut terdapat pada subjek dan objek penelitian yang diteliti untuk mengukur jumlah pesan. Subjek penelitian yang menjadi kajian peneliti adalah Koran *Kalteng Pos* dalam rubrik mimbar jum'at edisi Juli-Desember 2013, dengan objek penelitian berupa pesan dakwah yang terkandung dalam rubrik tersebut. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi dengan pendekatan kuantitatif. Selain itu, penelitian ini lebih mengarah kepada dakwah melalui media cetak dengan melihat pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam rubrik mimbar jum'at.

⁴Ponda Samarkandi, "Pesan Dakwah dalam Koran *Republika*, (Analisis Isi Rubrik Hikmah Edisi Desember 2012)", *Skripsi*, Sekolah Tinggi Agama Islam (STAIN) Palangka Raya, 2013, t.d.

B. Deskripsi Teoritik

1. Kajian Tentang Analisis Isi

a. Pengertian Analisis Isi

Analisis isi, adalah suatu teknik penelitian terhadap isi atau makna pesan komunikasi berdasarkan data-data yang tersedia untuk dibuat kesimpulan. Hal ini dimaksud untuk memberikan gambaran secara jelas tentang kecenderungan pesan-pesan dakwah.

Analisis Isi (*Content Analysis*) adalah teknik penelitian untuk membuat inferensi-inferensi yang dapat ditiru (*replicabel*), dan shahih data dengan memperhatikan konteksnya. Analisis berhubungan dengan komunikasi atau isi komunikasi.⁵

Analisis isi adalah salah satu jenis metode penelitian yang bersifat objektif sistematis, dan kuantitatif serta berkaitan dengan manifest komunikasi. Dalam analisis isi, yang dibedah adalah pesan atau “*message*”nya. Studi analisis isi ini menekankan pada bahasa dan menghendaki adanya netralis. Akan tetapi, sedikit kelemahan dari analisis isi ini adalah sangat berpengaruh pada subjektivitas peneliti.⁶

Metode analisis isi pada dasarnya merupakan suatu teknik sistematis untuk menganalisis isi pesan dan mengolah pesan, atau suatu alat untuk mengobservasi dan menganalisis isi perilaku komunikasi yang terbuka dari

⁵Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*, Jakarta: Rajawali Pres, 2012, h. 231.

⁶Rachmad Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, cet, ke 4, Jakarta: Prenada Media Group, 2009, h. 230.

komunikator yang dipilih.⁷ Analisis isi digunakan memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang. Analisis isi dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi seperti surat kabar, buku, pidato, lukisan dan sebagainya.⁸

Analisis isi dikategorikan dalam tipe penelitian nonreaktif (*nonreactive research*) dikarenakan objek yang menjadi sasaran penelitian tidak memberikan reaksi atau pengaruh terhadap peneliti. Peneliti cukup menganalisis berbagai data dari berbagai sumber. Analisis isi relatif lebih mudah dilakukan karena peneliti tidak perlu menyiapkan berbagai instrumen yang rumit untuk diberikan kepada responden. Dengan menggunakan analisis isi, peneliti dapat membandingkan berbagai simbol dalam media atau teks tertentu dan menganalisisnya dengan teknik kuantitatif.⁹

Pada dasarnya, istilah analisis isi hanya mengacu pada metode-metode yang memusatkan perhatian pada aspek-aspek isi teks yang bisa diperhitungkan dengan jelas dan langsung sebagai sebuah perumusan bagi frekuensi relatif dan absolut kata per teks atau unit permukaan.¹⁰

Analisis isi secara umum di artikan sebagai metode yang meliputi semua analisis mengenai isi teks. Dalam penelitian kualitatif, analisis isi di tekankan pada bagaimana peneliti melihat isi komunikasi secara kualitatif,

⁷Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif...*, h. 187.

⁸Jalaluddin Rakhmad, *Metode penelitian Komunikasi*, cet IX, Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2001, h. 89.

⁹Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, cet ke -2, Jakarta: Rajawali Press, 2011, h.87.

¹⁰Stefan Titscher, dkk. *Metode Analisis Teks dan Wacana*, cet, I, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009,h.93.

pada bagaimana peneliti memaknai isi komunikasi, membaca simbol-simbol, memaknai isi interaksi simbolis yang terjadi dalam komunikasi.¹¹

Sedangkan analisis isi kuantitatif disini dapat dilakukan pengumpulan data tentang isi media seperti topik, seberapa sering diungkapkan, sirkulasi dari media serta frekuensi.¹²

Analisis isi dapat di gunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi, baik surat kabar, berita radio, iklan televisi maupun semua bahan-bahan dokumentasi yang lain. Analisis isi memiliki beberapa kelebihan antara lain:

- 1) Analisis isi memungkinkan kita meneliti dalam jangka waktu yang panjang.
- 2) Hemat waktu, tenaga dan biaya yang dikeluarkan lebih murah dibandingkan dengan metode penelitian yang lain dan sumber data mudah diperoleh (misal di perpustakaan umum). Dari segi biaya dapat diminimalisasi dan juga dari segi waktu dapat diprediksi kapan penelitian akan diselesaikan. Hambatan teknis dalam penelitian pun kemungkinan sangat kecil.
- 3) Analisis isi tidak memiliki efek sosial karena objeknya bersifat pasif. Analisis isi memanfaatkan data yang sudah ada dan dipublikasikan kepada khalayak umum.¹³

Analisis isi memiliki beberapa kelemahan, antara lain:

¹¹Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi Ekonomi, Kebijakan Public, dan Ilmu Sosial Lainnya*, cet, ke 4, Jakarta: Kencana Prendana Media Group, 2012, h. 159.

¹²*Ibid*, h. 27.

¹³*Ibid*, h. 108.

- a) Kesulitan menentukan sumber data yang memuat pesan-pesan yang relevan dengan permasalahan penelitian.
- b) Sumber data yang dapat digunakan dalam analisis isi pun beragam. Pada prinsipnya, apapun yang tertulis dapat dijadikan sebagai data dan dapat diteliti dalam analisis isi. Sumber data yang utama adalah media massa. Analisis isi juga dapat dilakukan dengan menghitung frekuensi pada level kata atau kalimat.¹⁴

b. Kegunaan Analisis Isi

Ada lima kegunaan yang dapat dilakukan dalam penelitian analisis isi sebagai berikut:

- 1) Menggambarkan isi komunikasi (*Describing Communication Content*). Analisis isi berfungsi untuk mengungkap kecenderungan yang ada pada isi komunikasi. Misalnya, penelitian yang ingin mengetahui apakah pernyataan elit tertentu di media massa menggunakan gaya komunikasi politik yang agresif, menyerang pihak lain, yang cenderung diam dan mengalah.
- 2) Menguji hipotesis tentang karakteristik pesan (*Testing Hypothesis of Messages Characteristics*). Sejumlah peneliti analisis isi berusaha menghubungkan karakteristik tertentu dari komunikator (sumber) dengan karakteristik pesan yang dihasilkan.
- 3) Membandingkan isi media dengan dunia nyata (*Comparing media Content to the "Real World"*). Banyak analisis isi digunakan untuk

¹⁴*Ibid*, h. 110.

menguji apa yang ada di media massa dengan situasi aktual yang ada di kehidupan nyata. Misalnya, membandingkan antara kekerasan yang ada di dunia televisi dengan kekerasan di kehidupan nyata.

4) Memperkirakan gambaran kelompok tertentu di masyarakat (*Assessing the image of particular groups in society*). Sejumlah penelitian analisis isi telah memfokuskan dan mengungkap gambaran media mengenai kelompok minoritas tertentu.

5) Mendukung studi efek media massa

Penggunaan analisis isi acapkali juga digunakan sebagai sarana untuk memulai penelitian efek media massa. Seperti dalam penelitian *cultivation analysis*, di mana pesan yang dominan dan tema-tema isi media yang terdokumentasi melalui prosedur yang sistematis di korelasikan dengan studi lain tentang khalayak, penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah pesan-pesan di media massa tersebut menumbuhkan sikap-sikap yang serupa di antara para pengguna media yang berat (*heavy user*).¹⁵

2. Pesan Dakwah

a. Pengertian Pesan

Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan ini mempunyai inti pesan (tema) yang sebenarnya menjadi pengarah didalam usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Pesan dapat secara panjang lebar mengupas berbagai

¹⁵Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif...*,h. 191.

segi, namun inti pesan dari komunikasi akan selalu mengarah kepada tujuan akhir komunikasi itu.¹⁶

Sedangkan menurut bahasa, pesan adalah amanat, perintah, nasihat, permintaan yang disampaikan lewat orang lain. Pesan merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.¹⁷

Menurut Onong Uchjana Effendi bahwa *Message* yaitu pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang dilambangkan oleh komunikator. Pesan-pesan komunikator disampaikan melalui simbol-simbol yang bermakna kepada penerima pesan, pesan juga merupakan sekumpulan lambang komunikasi yang memiliki makna dan kegunaan dalam menyampaikan suatu ide gagasan kepada manusia lain.¹⁸

Pesan dalam komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan tatap muka melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, informasi, nasihat, atau propaganda.¹⁹

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pesan adalah pemberitahuan, kata, atau komunikasi baik lisan maupun tertulis, yang dikirimkan dari satu orang ke orang lain.

¹⁶H A W Widjaja, *Ilmu Komunikasi, Pengantar Studi*, cet II Jakarta: PT Renika Cipta, 2000, h.32.

¹⁷Ananda Santoso, *Kamus Praktis Bahasa Indonesia*, Surabaya: Dara Publik, t.th. h. 391.

¹⁸Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktik*, Bandung: PT Roesdakarya, 2001, h.16.

¹⁹Apriadi Tamburaka, *Agenda Setting Media Massa*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada 2012, h. 9.

b. Pengertian Dakwah

Kata “dakwah” berasal dari bahasa Arab, yaitu dari **دَعَا يَدْعُو دَعْوَةً** yang berarti memanggil, mengundang, meminta, memohon, menyuruh mendorong. Merupakan jamak dari kata **دُعَاةٌ** yang berdakwah/da’i.²⁰

Dakwah adalah suatu bentuk komunikasi yang menggunakan ajaran Islam dan dalam pelaksanaannya dibatasi oleh ketentuan-ketentuan yang ada dalam ajaran Islam. Dalam dakwah tersirat suatu kerangka kegiatan jurnalistik dimana dibutuhkan keahlian da’i (komunikator) dalam mencari fakta dan data yang diambil berdasarkan sumber-sumber ajaran Islam hingga mengkomunikasikannya kepada khalayak mad’u (komunikan).²¹

Menurut Quthub, dakwah merupakan ajakan kepada suatu bentuk kehidupan yang sempurna, kehidupan dalam semua bentuk dan seluruh maknanya yang sempurna.²²

Menurut pendapat ulama Basrah, dasar pengambilan kata dakwah itu adalah dari kata mashdar yakni *da’watan* yang artinya panggilan.²³

Menurut Nasarudin Latief, dakwah adalah setiap usaha aktivitas dengan lisan maupun tulisan yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil manusia lainnya untuk beriman dan menaati Allah SWT sesuai dengan garis-garis akidah dan syariat serta akhlak.²⁴

Menurut Syeikh Ali Mahfudz, dia mengungkapkan dakwah adalah mendorong manusia kepada kebaikan dan petunjuk, memerintahkan perbuatan yang diketahui kebenarannya, melarang perbuatan yang

²⁰Ahmad Warson Munawir, *Al-Munawir: Kamus Arab-Indonesia Terlengkap*, Surabaya: Pustaka Progresif, 1997, h.406-407.

²¹Norhamidah, “Kode Etik Jurnalistik dalam Perspektif Dakwah Islam”, dalam *Al-Hadharah Jurnal Ilmiah Ilmu Dakwah*, Vol. 8. No. 15, Januari-Juni 2009.

²²Ilyas Ismail, *Paradigma Dakwah Sayyid Quthub*, cet. II, Jakarta: PT Pemandani, 2008, h. 146.

²³Alwisral Imam Zaidillah, *Strategi Dakwah dalam Membentuk Dai dan Khotib Profesional*, cet. I, Jakarta: Kalam Mulia 2002, h. 2.

²⁴Nasaruddin Latief, *Teori dan Praktik Dakwah Islamiah*, Jakarta: PT Firma Dara t.th h. 11.

merusak individu dan orang banyak agar mereka memperoleh kebahagiaan di dunia dan diakhirat.²⁵

Dakwah menjadikan perilaku muslim dalam menjalankan Islam sebagai *rahmatan lil alamin* yang harus didakwahi kepada seluruh manusia, yang dalam prosesnya melibatkan unsur: *da'i* (subjek), *maddah* (materi), *thoriqoh* (metode), *washilah* (media), dan *mad'u* (objek) dalam mencapai *maqashid* (tujuan), dakwah yang melekat dengan tujuan Islam yaitu mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.²⁶

Dakwah menurut Islam adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat.²⁷

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan pesan dakwah adalah suatu usaha yang disampaikan oleh seseorang dengan tatap muka melalui media komunikasi, isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, informasi dan nasihat.

c. Kategori Pesan Dakwah

Pada dasarnya dakwah Islam tergantung pada tujuan dakwah yang hendak dicapai, namun dakwah dapat dikategorisasikan menjadi tiga hal yakni:

²⁵Siti Zainab, *Harmonisasi Dakwah dan Komunikasi*, cet I, Banjarmasin: Antasari Press, 2009, h.32.

²⁶Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, cet I, Jakarta: Rajawali pres, 2011, h. 3.

²⁷M. Toha Yahya Omar, *Islam dan Dakwah*, cet. I, Jakarta: PT Al-Mawardi Prima, 2004, h. 67.

1) Aqidah

Aqidah secara etimologis berarti ‘ikatan’ dan ‘angkutan’. Secara teknis berarti kepercayaan, keyakinan, iman. Pembahasan mengenai akidah Islam pada umumnya berkisar pada arkanul iman (rukun Iman yang enam).

- a. Iman kepada Allah.
- b. Iman kepada malaikat-malaikat-Nya.
- c. Iman kepada kitab-kitab-Nya.
- d. Iman kepada rasul-rasul-Nya.
- e. Iman kepada hari Akhirat.
- f. Iman kepada *qadha dan qadar*.²⁸

2) Syari’ah

Syari’ah secara etimologis berarti ‘jalan’. Syari’ah Islam adalah satu sistem norma Ilahi yang mengatur hubungan antara manusia dan Tuhan, hubungan sesama manusia, serta hubungan antara manusia dan alam lainnya. Syari’ah mencakup arti khusus: At-Thaharah (bersuci), Sholat, Zakat, Puasa, dan Haji. Muamalah meliputi, hukum niaga, hukum waris, hukum pidana, hukum kenegaraan, hukum perang dan damai²⁹

²⁸Endang Saifuddin Anshari, *Wawasan Islam: Pokok-pokok Pikiran Tentang Paradigma dan Sistem Islam*, cet.I, Jakarta: Gema Insani Press, 2004, h.44.

²⁹Endang Saifuddin Anshari, *Wawasan Islam: Pokok-Pokok Pikiran Tentang Paradigma dan Sistem Islam*, cet I, Jakarta: Gema Insani Press, 2004, h.46.

3) Akhlak

Secara etimologis akhlak berarti ‘perbuatan’ dan ada sangkut pautnya dengan kata *Khalik* pencipta, dan *makhluk*, yang diciptakan. Pada garis besarnya akhlak Islam mencakup beberapa hal.

- a. Akhlak manusia terhadap khalik.
- b. Makhluk bukan manusia, flora, fauna, dan lain-lain.³⁰

Akhlak kepada Allah SWT, mencakup beribadah kepada Allah SWT, cinta kepada Allah SWT, cinta karena Allah SWT, beramal karena Allah SWT. Akhlak kepada Nabi Muhammad SAW mencakup, taat kepada Nabi Muhammad SAW, cinta kepada Nabi Muhammad SAW, hormat kepada Ulama, dan Taat kepada Ulil Amri. Akhlak terhadap sesama manusia terhadap orang tua, (ibu bapak), akhlak terhadap saudara, akhlak terhadap tetangga, akhlak terhadap sesama muslim, dan terhadap kaum lemah.³¹

3. Media Cetak Sebagai Media Dakwah

a. Pengertian Media Cetak

Media massa/cetak dapat dikatakan sebagai sarana yang menjadi tempat penyampaian hasil kerja aktivitas jurnalistik. Media massa merupakan istilah yang digunakan oleh publik dalam mereferensi tempat dipublikasikannya suatu berita. Media massa dapat diartikan sebagai segala bentuk media atau sarana komunikasi untuk menyalurkan dan mempublikasikan berita kepada publik atau

³⁰*Ibid*, h.46.

³¹Sunardi, *Islam Pengatur Akhlak*, Media da'wah, Jakarta: keramat jaya, h.23.

masyarakat. Bentuk media atau sarana jurnalistik yang kini dikenal terdiri atas media cetak, media elektronik, dan media *online*.³²

Media cetak adalah alat komunikasi massa berupa majalah, koran, tabloid, jurnal, bulletin yang diterbitkan secara berkala. Merebaknya media massa dalam kehidupan masyarakat menguntungkan seorang *da'i* dalam proses penyampaian pesan-pesan keagamaan. Melalui media cetak, *da'i* akan dapat menyampaikan pemahaman agama secara lebih baik.³³

b. Jenis-jenis Media Cetak

Media cetak tergolong jenis media massa yang populer. Media cetak merupakan media komunikasi yang bersifat tertulis/tercetak. Jenis media cetak yang berada dimasyarakat sangat beragam. Jenis media cetak dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1) Surat Kabar

Media komunikasi yang berisikan informasi aktual dari berbagai aspek kehidupan, seperti politik, ekonomi, kriminal, seni, olahraga, luar negeri, dalam negeri, dan sebagainya. Surat kabar lebih menitik beratkan pada penyebaran informasi (fakta maupun peristiwa) agar diketahui publik. Surat kabar pada umumnya terbit harian, sekalipun

³²Syaifuddin Yunus, *Jurnalistik Terapan*, cet. I, Jakarta:Ghalia Indonesia, 2010, h. 27.

³³Bambang Saiful Ma'arif, *Komunikasi Dakwah: Paradigma Untuk Aksi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010, h.161.

ada juga surat kabar mingguan. Dari segi ruang lingkungannya, ada surat kabar lokal atau surat kabar nasional.³⁴

Surat kabar merupakan media massa paling tua dan merupakan salah satu jenis media cetak dalam bentuk tulisan dan gambar/foto tidak bergerak. Pembaca surat kabar tentunya menginginkan objektivitas pemberitaan karena kebutuhan akan informasi dari surat kabar juga begitu penting untuk memperluas wawasan pembaca atas informasi yang aktual (terkini) atau faktual (sesuai fakta) yang terjadi saat ini.³⁵

Surat kabar sebagai media massa dalam masa orde baru mempunyai misi menyebarluaskan pesan-pesan pembangunan dan sebagai alat mencerdaskan rakyat Indonesia. Fungsi yang paling menonjol pada surat kabar adalah informasi. Hal ini sesuai dengan tujuan utama khalayak membaca surat kabar, yaitu keingintahuan akan setiap peristiwa yang terjadi di sekitarnya. Karena, sebagian besar rubrik surat kabar terdiri dari berbagai jenis berita. Namun demikian, fungsi hiburan surat kabar pun tidak terabaikan karena tersedianya rubrik artikel ringan *feature* (laporan perjalanan, laporan tentang profil seseorang yang unik), rubrik cerita bergambar atau komik, serta cerita bersambung. Begitu pula dengan fungsinya mendidik dan memengaruhi akan ditemukan pada artikel ilmiah, tajuk rencana atau editorial dan rubrik opini. Fungsi pers, khususnya surat kabar pada

³⁴Syaifuddin Yunus, *Jurnalistik Terapan*,, h. 29.

³⁵Apriadi Tamburaka, *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, cet, I, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013, h. 149.

perkembangannya bertambah, yakni sebagai alat kontrol sosial yang konstruktif.³⁶

Surat kabar dapat dikelompokkan pada berbagai kategori, dilihat dari ruang lingkungannya, maka kategorisasinya adalah surat kabar *lokal*, *regional*, dan *nasional*. Ditinjau dari bentuknya, ada bentuk surat kabar biasa dan tabloid. Sedangkan dilihat dari bahasa yang digunakan, ada surat kabar berbahasa Indonesia, bahasa Inggris dan bahasa daerah. Surat kabar nasional, di antaranya *Kompas*, *Suara Pembaharuan*, *Media Indonesia*, *Republika*, *Suara Rakyat*. Surat kabar regional, di antaranya *Pikiran Rakyat*, (Jawa Barat), *Jawa Pos* dan *Surabaya Pos* (Jawa Timur), *Suara Merdeka* (Jawa Tengah), *Waspada* (Sumarta Utara), *Bali Pos* (Bali). Surat kabar lokal, di antaranya adalah *Tribun Jabar* (Bandung Jabar), *Pos Kota* (Jakarta), *Kedaulatan Rakyat* (Jogjakarta). Surat kabar bentuk tabloid, adalah *Bintang*, *Citra*, *Nova*, *Wanita Indonesia*, *Bola*, *GO (Gema Olahraga)*. Surat kabar berbahasa Inggris, di antaranya *The Jakarta Post*.³⁷

2) Tabloid

Media komunikasi yang berisikan informasi aktual maupun penunjang bagi bidang profesi atau gaya hidup tertentu. Tabloid biasanya memiliki kedalaman informasi dan ketajaman analisis dalam penyajian beritanya. Tabloid pada umumnya terbit mingguan. Format tabloid pun relatif berbeda dari surat kabar maupun majalah. Tabloid

³⁶Elvinaro Ardianto, dkk, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, cet, ke2, Bandung: Refika Offset, 2009, h.112.

³⁷Elvinaro Ardianto, dkk, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar....*,h.114.

yang kini beredar lebih banyak mengacu pada penyajian informasi yang bersifat *segmented*³⁸, berorientasi pada bidang profesi atau gaya hidup tertentu, seperti ekonomi, keuangan, tenaga kerja, peluang usaha, kesehatan, ibu dan anak, dan sebagainya.

3) Majalah

Media komunikasi yang menyajikan informasi (fakta dan peristiwa) secara lebih mendalam dan memiliki nilai aktualitas yang lebih lama. Majalah dapat diterbitkan secara mingguan, dwi mingguan, bulanan, bahkan dwi/triwulanan. Majalah terdiri atas: majalah umum (untuk semua golongan masyarakat) dan majalah khusus (untuk bidang profesi/golongan/kalangan tertentu). Majalah dapat menjalani fungsi memberi informasi, menghibur, atau mendidik. Halaman muka (*cover*) dan foto dalam majalah diupayakan sebagai daya tarik.³⁹

c. Fungsi Media Cetak

Fungsi media cetak memiliki beberapa fungsi yaitu sebagai berikut:

- 1) Fungsi informasi, yakni memberi keterangan dan penerangan-penerangan tentang kejadian sehari-hari baik dalam lingkungan kota, daerah tingkat II maupun internasional.
- 2) Fungsi mendidik, di negara-negara yang sedang berkembang, surat kabar juga merupakan alat pendidikan yang paling murah.

³⁸Menurut Kamus Ilmiah Populer: *Segmented* artinya bagian-bagian, terbagi, belah (an). h. 293.

³⁹Syaifuddin Yunus, *Jurnalistik Terapan...*,h,30.

3) Fungsi menghubungkan, yakni menyelenggarakan hubungan sosial antara tokoh-tokoh negara atau masyarakat dengan pembaca secara tidak langsung, misalnya melalui iklan.

4) Fungsi menghibur.⁴⁰

Peran media cetak sangatlah penting, sehingga sulit di bayangkan Negara-bangsa (*nation-state*) modern bisa hadir tanpa keberadaannya. Selama berabad-abad media cetak menjadi satu-satunya alat pertukaran dan penyebaran informasi, gagasan dan hiburan, yang sekarang ini di layani oleh aneka media komunikasi. Selain menjadi alat utama menjangkau publik, media cetak juga menjadi sarana utama untuk mempertemukan para pembeli dan penjual.⁴¹

Menurut Onong Uhcjana Effendi fungsi media cetak adalah:

a) Fungsi menyiarkan informasi

Merupakan fungsi yang pertama dan utama karena pembaca yang berlangganan atau membeli surat kabar memerlukan informasi mengenai peristiwa yang terjadi, gagasan orang lain, apa yang dilakukan dan dikatakan orang lain.

b) Fungsi mendidik

Sebagai sarana pendidikan surat kabar dan majalah memuat tulisan-tulisan yang mengandung pengetahuan sehingga khalayak pembaca bertambah pengetahuannya. Fungsi mendidik ini bisa secara

⁴⁰H.A W. Widjaja, *Komunikasi: Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, cet ke- 3, Jakarta: Bumi Aksara, 1997, h. 81.

⁴¹William L. dkk, *Media Massa dan Masyarakat Modern*, Ed. Ke-2 cet. I, Jakarta: Kencana, 2003, h. 53.

“implisit”⁴² dalam membentuk berita, dapat juga secara eksplisit⁴³ dalam bentuk artikel atau tajuk rencana.⁴⁴

c) Fungsi menghibur

Isi surat kabar dan majalah bersifat hiburan bisa berbentuk cerita pendek, cerita bersambung, cerita bergambar, teka-teki silang, dan karikatur.⁴⁵

Kelebihan-kelebihan media cetak koran dan majalah yang seringkali disebut ialah kemampuannya untuk memberikan informasi secara lebih jelas, logis, lengkap, dan mencakup. Kemampuannya untuk bicara kepada rasio daripada sekadar kepada emosi. Kemampuannya untuk mengintegrasikan kehidupan masyarakat dan persoalan masyarakat melalui penyajian berita dan opini sekaligus. Dan dengan demikian, memberikan informasi dalam konteks sehingga masyarakat yang memperoleh pengetahuan tentang duduk persoalan secara lengkap dan atas dasar pengetahuan itu mencoba menguasai lingkungan serta beradaptasi kepada perubahan.⁴⁶

⁴²Menurut Kamus Ilmiah Populer: *implisit* artinya terkandung halus, terkandung didalamnya, termuat atau termasuk juga, tidak dengan perjanjian, dengan diam-diam, ancaman yang terselubung, selengkapnya. Lihat Syahrul Ramadhan, *Kamus Ilmiah Populer*, Surabaya: Khazanah Media Ilmu, 2010, h. 165.

⁴³Menurut Kamus Ilmiah Populer: *eksplisit* artinya jelas, terang, gamblang, dengan tegas. Lihat Syahrul Ramadhan, *Kamus Ilmiah Populer...*, h.101.

⁴⁴Onong Uchjana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Cet, I, Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1993, h.93.

⁴⁵Onong uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik...*,h.145.

⁴⁶ Jakob Oetama, *Pers Indonesia Berkomunikasi dalam Masyarakat Tidak Tulus*, Jakarta: PT Kompas Media Nusantara, 2001, h.125.