

**BERITA FEATURE SEBAGAI METODE DAKWAH
(STUDI TERHADAP RUBRIK “SILATURAHIM” DI QA
PROPETIC PARENTING MAGAZINE)**



**SKRIPSI
DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT
GUNA MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA I SOSIAL ISLAM**

Oleh:

**Agus Nur Cahyo
NIM: 04210019**

Pembimbing I:
**DR. H. AKHMAD RIFA'I, M.PHIL
NIP: 150228371**

Pembimbing II:
**ANDAYANI, M.SW
NIP: 150292260**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH UIN SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2009**

ABSTRAKSI

Skripsi ini berjudul “Berita *Feature* Sebagai Metode Dakwah (Studi Terhadap Rubrik ‘Silaturahmi’ di QA Propetic Parenting Magazine)”. Peneliti ini dilatarbelakangi oleh adanya kenyataan bahwa manusia menyukai suatu informasi yang dibawakan dengan gaya bercerita. Di media cetak, salah satu yang menggunakan gaya tersebut adalah sajian berita *feature*. Melalui karakteristiknya, berita *feature* memiliki kelebihan dibanding dengan sajian berita lain dalam memformat pesan sehingga lebih mudah diterima oleh pembaca. Hal ini apabila dimanfaatkan untuk berdakwah lewat tulisan dapat menjadi media dakwah yang efektif. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba untuk mendeskripsikan dan menjelaskan bagaimana penulisan berita *feature* di rubrik “Silaturahmi” dapat menjadi pendukung dari metode dakwah lewat tulisan. Terutama, bagaimana karakteristik rubrik sebagai pendukung dakwah lewat *feature*.

Penelitian ini mengambil data dari majalah QA Propetic Parenting Magazine khusus rubrik “Silaturahmi” yang terbit dalam kurun waktu 2003-2006 sebanyak 15 edisi. Rubrik “Silaturahmi” merupakan rubrik tulisan yang memuat berita profil dengan gaya *feature*. Yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana karakteristik berita *feature* di rubrik “Silaturahmi” QA *Prophetic Parenting Magazine*?. 2) Bagaimana karakteristik rubrik “Silaturahmi” di QA *Prophetic Parenting Magazine* sebagai pendukung dakwah lewat berita *feature*?. 3) Apa materi dan pesan dakwah rubrik “Silaturahmi” di QA *Prophetic Parenting Magazine*?. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana penulisan berita *feature* dapat digunakan sebagai metode dakwah alternatif melalui media massa.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu bahwa setelah data yang berkaitan terkumpul kemudian disusun dan diklasifikasikan dengan menggunakan kata-kata atau symbol untuk menggambarkan obyek penelitian. Sedangkan metode kualitatif dalam analisis data bertujuan menganalisis makna yang ada di balik informasi, data dan proses suatu fenomena sosial. Penelitian ini diolah dengan teknik: 1) Merumuskan pertanyaan penelitian. 2) Memilih sampel yang akan diteliti. 3) Menyusun kategori-kategori isi yang akan dianalisis. 4) Mengkode isi menurut definisi yang telah ditentukan. 5) Menganalisis data yang telah dikumpulkan. 6) Menarik kesimpulan-kesimpulan dan mencari indikasi.

Hasil penelitian ini adalah: 1) Teks *feature* pada rubrik “Silaturahmi” banyak mengandung karakteristik *feature*, yaitu lengkap/utuh, menggunakan teknik berkisah/deskripsi, faktual, bersifat *human interest*, profil orang, gaya sastrawi, tidak basi/awet, serta informatif dan rekreatif. 2) Karakteristik *feature* yang terdapat dalam teks *feature* ternyata mengandung kelebihan-kelebihan yang dapat dijadikan sebagai metode dakwah. Metode dakwah *feature* terutama terletak pada kelebihan-kelebihan dan fungsi dari karakteristik *feature*nya yang mampu membuat pesan dakwah lebih mudah diterima oleh pembaca ketimbang format tulisan lain. 3) Teks *feature* yang terdapat pada rubrik “Silaturahmi” juga mengandung materi dan pesan-pesan dakwahnya. Yakni, sebanyak 46, 67% mengandung materi syariah. Sedangkan materi akhlak dan aqidah memiliki prosentase yang sama, yakni sebanyak 26, 67%.



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Hal : Skripsi Sdr Agus Nur Cahyo

Lamp :

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Dakwah

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Agus Nur Cahyo

NIM : 04210019

Judul Skripsi : Berita Feature Sebagai Metode Dakwah

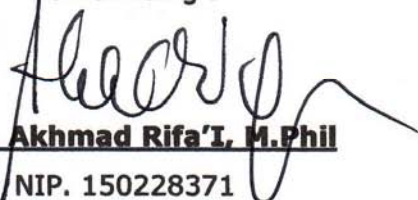
(Studi Terhadap Rubrik Silaturahmi di QA Propetic Parenting Magazine)

sudah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah, Jurusan/Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk dimunaqoshahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Sosial.

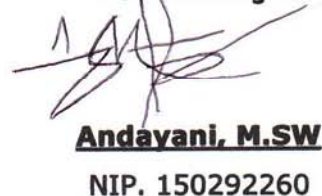
Dengan ini kami mengharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 17 April 2009

Pembimbing I


Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil
NIP. 150228371

Pembimbing II


Andayani, M.SW
NIP. 150292260



DEPARTEMEN AGAMA RI
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

FAKULTAS DAKWAH

Jl. Marsda Adisucipto, Telepon (0274) 515856 Fax (0274) 552230
Yogyakarta 55221

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor : UIN.02/DD/PP.00.9/749/2009

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul :

**BERITA FEATURE SEBAGAI METODE DAKWAH
(Studi Terhadap Rubrik "Silaturahmi" Di QA Propetic Parenting Magazine)**


Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Agus Nur Cahyo
NIM : 04210019
Telah dimunaqasyahkan pada : Selasa, 12 Mei 2009
Nilai Munaqasyah : B +


dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga

TIM MUNAQASYAH :


Pembimbing I


Dr. H. Akhmad Rifa'i, M.Phil.
NIP. 150228371

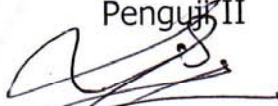
Pembimbing II


Andayani, SIP, MSW
NIP. 150292260

Penguji I



Drs. Hamdan Daulay, M.Si.
NIP.150269255

Penguji II


Khadiq, S.Ag., M.Hum.
NIP. 150291024

Yogyakarta, 25 Mei 2009
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Dakwah
DEKAN




Prof. Dr. H.M. Bahri Ghazali, MA
NIP. 150220788

MOTTO

“Tunjukilah kami jalan yang lurus...”

(QS. Al-fatihah:6)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada:

Ayahanda (Suaman) dan Ibunda (Darningsing)
yang paling saya hormati. Terima kasih atas curahan cinta
kasih yang tiada batas. Spirit sunyi
yang selalu tertuang dalam taman-taman mimpi "Surgaku".

Teman-temanku semua,
atas segala kesetiaan dan pertolongan.
semoga kalian menjadi orang yang sukses dunia-akhirat.

Keluarga besar LPM RHETOR, SUKA NEWS dan SUKA PRESS.

Almamater UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

KATA PENGANTAR

Alam semesta pun sujud dan berthowaf kepada-Nya, sembari mengagungkan nama-Nya dalam ketundukan. Hati kita pun sesungguhnya senantiasa berthowaf bersama thowafnya alam semesta menuju rimba Asma'ul Husna-Nya. Sampai-sampai otak kita pun membentuk “Gambaran Sujud” kepada-Nya.

Alhamdulillah. Sujud dan syukur senantiasa hamba haturkan atas limpahan rahmat yang tak terlampaui. Sholawat beserta salam senantiasa menggema semoga selalu tercurah-limpahkan kepada insan agung atas cinta-kasihnya yang tak tertandingi. Dengan kedalaman cintanya, diri kita dipanggil-panggil dalam detik-detik terakhirnya. “*Ummati... ummati... ummati..!*” Sampai-sampai malaikat maut pun meneteskan air mata haru tak sampai hati menceraikan ruh-jasadnya. Ya Rosul..., cinta, kasih dan rindu hati kami kepadamu.

Sesungguhnya jari-jemari saya tak cukup kuat untuk menggerakkkan *keyboard*, apalagi untuk menyatukan dan merangkai huruf-huruf itu menjadi sebuah kata dan kalimat ilmiah. Sepasang bola mata saya juga tak cukup kuat untuk berkedip dan berjaga di depan layar *monitor* berjam-jam. Semuanya tiada lain semata-mata atas pertolongan-Nya. Alhasil, skripsi ini pun telah rampung digarap.

Selanjutnya, penyusunan skripsi dengan judul “Berita *Feature* sebagai Metode Dakwah (Studi terhadap Rubrik Silaturahmi di QA Propetic Parenting Magazine), ini disusun sebagai syarat sebagai karya ilmiah guna memperoleh gelar

sarjana Strata Satu Sosial Islam dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penulis sangat bersyukur atas segala bimbingan dan bantuan dari semua pihak dalam menyelesaikan skripsi ini. Sebagai perwujudan dari rasa syukur kepada Allah SWT, maka dalam kesempatan ini, penulis menghaturkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H.M. Bahri Ghazali, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Dra. Evi Septiani T.H, M.Si selaku Ketua Jurusan KPI Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. H. Ahmad Rifa'i, M.Phil selaku pembimbing I, terima kasih atas segala masukan dan bimbingannya selama ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Ibu Andayani, M.SW selaku pembimbing II, juga terima kasih atas segala masukan, nasehat dan bimbingan selama ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Ibu Endang Sulistiyasari, M.Si selaku Penasehat Akademik KPI A angkatan 2004 Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Bapak Wahid A.R selaku Pemimpin Redaksi QA Propetic Parenting Magazine yang telah banyak membantu dalam proses penelitian.
7. Bapak Ahmad Muntaha selaku Redaktur Pelaksana QA Propetic Parenting Magazine yang juga telah banyak membantu dalam proses penelitian.

8. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
9. Keluarga Besar LPM Rhetor Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,
10. Keluarga Besar SUKA PRESS dan SUKA NEWS UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Akhirnya penulis hanya dapat berdo'a, semoga amal ibadah yang telah kita lakukan akan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT dan senantiasa diberikan pengetahuan dan ilmu yang bermanfaat. Penulis berharap mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan pengembangan keilmuan dilingkungan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, khususnya untuk kemajuan Fakultas Dakwah dalam menciptakan sumber daya manusia yang handal dan professional, *Amin Ya Robbal 'Alamin*.

Yogyakarta, April 2009

Penulis

Agus Nur Cahyo

DAFTAR TABEL

A. Tabel I: Karakteristik <i>feature</i> berdasarkan kriteria Lengkap/Utuh.....	57
B. Tabel II: Karakteristik <i>feature</i> berdasarkan kriteria teknik Berkisah/Deskripsi	64
C. Tabel III: Karakteristik <i>feature</i> berdasarkan kriteria Faktual (non-fiksi).....	66
D. Tabel IV: Karakteristik <i>feature</i> berdasarkan kriteria <i>human interest</i> / Moral.	69
E. Tabel V: Karakteristik <i>feature</i> berdasarkan kriteria Sosok Orang.....	73
F. Tabel VI: Karakteristik <i>feature</i> berdasarkan kriteria Gaya Sastrawi.....	76
G. Tabel VII: Karakteristik <i>feature</i> berdasarkan kriteria Awet/ Tidak Basi.....	81
H. Tabel VIII: Karakteristik <i>feature</i> berdasarkan kriteria Informatif/Rekreatif.	84
I. Tabel IX: Pesan Dakwah Aqidah.....	97
J. Tabel X: Pesan Dakwah Syariah.....	98
K. Tabel XI: Pesan Dakwah Akhlak.....	100
L. Tabel XII: Prosentase Materi Dakwah.....	101

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAKSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR ISI.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah.....	4
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Kegunaan Penelitian.....	9
F. Telaah Pustaka.....	9
G. Kerangka Pemikiran Teoritik.....	13
1. Pengertian Berita.....	13
2. Pengertian <i>Feature</i>	14
3. Jenis-Jenis <i>Feature</i>	16

4. Karakteristik <i>Feature</i>	17
5. Metode Dakwah.....	20
H. Metode Penelitian.....	36
1. Subyek dan Obyek Penelitian.....	37
2. Sumber Data.....	37
3. Metode Pengumpulan Data.....	37
4. Teknik Analisis Data.....	39
I. Sistematika Pembahasan.....	41

BAB II GAMBARAN UMUM QA PROPETIC PARENTING MAGAZINE

A. Sejarah Singkat.....	42
B. Visi, Misi dan Nilai.....	45
C. Struktur Organisasi dan Tata Kerja.....	47
D. Rubrik Silaturahmi.....	49
1. Sejarah.....	49
2. Format Materi.....	50
3. Tujuan.....	51
4. Tema Materi Rubrik.....	52
5. Pengelola/ Penanggung Jawab.....	53

BAB III BERITA *FEATURE* SEBAGAI METODE DAKWAH DI QA PROPETIC PARENTING MAGAINE

A. Analisis Terhadap Rubrik Silaturahmi Tahun 2003-2006.....	56
1. Analisis Karakteristik <i>Feature</i>	56

2. Analisis Metode Dakwah.....	88
3. Materi dan Pesan Dakwah.....	96

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	100
B. Saran-Saran.....	101
C. Penutup.....	102

BAB I

PENDAHULUAN

A. PENEGASAN JUDUL

Skripsi ini berjudul **“Berita *Feature* Sebagai Metode Dakwah (Studi Terhadap Rubrik ‘Silaturahmi’ di QA Prophetic Parenting Magazine).** Untuk menghindari kesalahpahaman sekaligus memberi gambaran yang jelas, maka penulis akan memberi batasan dan penegasan terhadap beberapa istilah dalam judul penelitian ini.

1. Berita *Feature*

Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio televisi, atau media *on line* internet.¹ Sementara *feature* sering juga disebut ‘karangan khas’. Ada juga yang menyebutnya jurnalistik sastra atau cerpen untuk karya jurnalistik. Sedangkan yang lain menyebutnya sebagai berita kisah atau cerita laporan.² Jadi, maksud dari berita *feature* dalam penelitian ini adalah laporan fakta mengenai peristiwa, kejadian atau objek tertentu yang memiliki sisi menarik dan penting untuk disuguhkan kepada khalayak, disajikan dengan gaya menggunakan gaya berkisah (bertutur). Berita *feature* yang hendak diteliti ialah berjenis profil atau tokoh.

¹ AS Haris Sumadiria, *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature. Panduan Praktis Jurnalis Profesional*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005), hal 65.

² Badiatul Muchlisin Asti, *Da’i Bersenjata Pena: Menulis dengan Langkah-langkah Praktis dan Sistematis*, (Bandung: Pustaka Ulumuddin, 2005), hal. 83.

3. Metode Dakwah

Metode dalam “Kamus Ilmiah Populer” berarti cara yang teratur dan sistematis untuk pelaksanaan sesuatu atau bisa juga diartikan cara kerja.³ Terminologi dakwah berasal dari bahasa arab yaitu *da'a*, *yad'u*, *da'watan*, yang berarti memanggil, menyeru, mengundang atau mengajak.⁴ Dalam Al-Quran, dakwah juga diartikan sebagai mengajak dan mengundang umat manusia ke arah kebaikan menuju Tuhan secara bersama-sama, dengan jalan yang bijaksana dan tutur kata yang baik untuk mencapai kemaslahatan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat.⁵ Jadi, metode dakwah dalam penelitian ini adalah bagaimana cara-cara menyampaikan nilai-nilai Islam kepada pembaca melalui format *feature*. Maksudnya, bagaimana karakteristik dalam *feature* dapat menjadi pendukung dari metode dakwah lewat tulisan.

4. Rubrik “Silaturahmi”

Rubrik adalah ruangan, kolom yang terdapat dalam surat kabar atau majalah.⁶ Silaturahmi adalah salah satu nama rubrik majalah QA Prophetic Parenting Magazine yang objek materinya ialah tentang berita-berita profil yang dikemas dalam bahasa *feature*. Berita-berita yang diangkat dalam rubrik ini rata-rata adalah profil tokoh atau seseorang yang

³ Pius A. Partanto dan M. Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, (Surabaya: Arkola, 1994), hlm 461.

⁴ Prof. H. Mahmud. Yunus, *Kamus Arab-Indonesia*, (Jakarta: PT Hidakarya Agung, 1989), hlm. 127.

⁵ Lihat Surat An-Nahl ayat 125.

⁶ Pius A. Partanto dan M. Dahlan Al Barry, *Op Cit*, hal. 682.

memiliki kisah atau pengalaman hidup yang patut disimak untuk dicontoh keteladanannya.

5. QA Prophetic Parenting Magazine

QA Prophetic Parenting Magazine adalah majalah Islam yang diterbitkan oleh Komunitas Keluarga Muslim Indonesia sejak tahun 2003. QA adalah penerbit alternatif yang berkhidmat untuk memberikan bacaan ringan, segar dan informatif seputar pendidikan anak usia dini.

Majalah, menurut Dja'far H. Assegaf dalam bukunya *Jurnalistik Masa Kini*, adalah media publikasi atau terbitan secara berkala yang memuat artikel-artikel dari berbagai penulis.⁷ Sementara, Totok Djuroto (2001) mendefinisikan majalah dengan lebih lengkap lagi. Menurutny,

*majalah ialah salah satu media informasi tulisan yang berbentuk buku, dan berisi pelbagai macam liputan berita, artikel, cerita, iklan, dan sebagainya yang dicetak dalam lembaran kertas ukuran kwarto atau folio. Majalah bisanya terbit teratur, 2 minggu sekali atau 1 bulan sekali.*⁸

Sebagaimana ketentuan tersebut, majalah memang memiliki perbedaan yang mencolok dibanding dengan media cetak yang sifatnya harian, dalam hal ini adalah koran. Waktu pencarian materi (isi) dan penerbitannya memiliki luang lebih lama ketimbang koran yang sifatnya harian. Adapun yang dimaksud dengan majalah dalam penelitian ini adalah QA Prophetic Parenting Magazine yang diterbitkan secara berkala

⁷ Dja'far H. Assegaf, *Jurnalistik Masa Kini: Pengantar Ke Praktek Kewartawanan*, cet. III, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1991), hal 127.

⁸ Totok Djuroto, *Menejemen Penerbitan Pers*, cet. I, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2001) hal. 11.

setiap bulan sekali. Dari sini penulis membatasi hanya pada rubrik “Silaturahmi” yang terbit pada tahun 2003-2006 sebanyak 15 edisi. QA sendiri memiliki tempat redaksi di Joglo, Selokembang 02/03, Tamantirto, Yogyakarta 55183.

Maka dari penegasan istilah tersebut, yang dimaksud dengan judul “Berita *Feature* Sebagai Metode Dakwah (Studi Terhadap Rubrik ‘Silaturahmi’ di QA Prophetic Parenting Magazine), yaitu suatu penelitian yang mendeskripsikan dan menjelaskan bagaimana penulisan berita *feature* di rubrik “Silaturahmi” dapat menjadi pendukung dari metode dakwah lewat tulisan. Terutama, bagaimana karakteristik rubrik sebagai pendukung dakwah lewat *feature*.

B. LATAR BELAKANG MASALAH

Di era informasi saat ini pemanfaatan media massa sebagai media dakwah merupakan langkah yang cukup strategis. Media massa menjadi sarana yang tidak bisa dianggap sebelah mata karena semakin menunjukkan “kemesraannya” dengan masyarakat luas. Salah satunya ialah dunia jurnalistik. Bagi seorang muslim, dunia jurnalistik bisa menjadi lahan dakwah yang amat potensial. Dakwah pena (*bil qalam*) melalui media massa menjadi alternatif dakwah yang cukup efektif. Tulisan bernuansa dakwah yang kita buat dan dimuat di media massa akan dibaca oleh banyak orang di berbagai tempat dan waktu.⁹ Pendapat ini diperkuat oleh Asep Syamsul Romli (Rosda

⁹ Badiatul Muchlisin Asti, *Op Cit*, hal. 5.

Karya: 2000) yang menurutnya, objek dan cakupan *da'wah bil qalam* lebih banyak dan luas. Karena pesan dakwah dan informasi Islam yang dituliskan dapat dibaca oleh ratusan, ribuan, bahkan ratusan ribu dan jutaan orang pembaca dalam waktu yang hampir bersamaan.¹⁰

Melalui media cetak misalnya, kita akan menemukan banyak rubrik-rubrik yang sangat potensial untuk dijadikan ruang berdakwah. Ada artikel, cerpen, cerbung, puisi atau liputan-liputan khusus yang tertuang dalam berita *feature* atau yang lainnya di dalam surat kabar. Melalui rubrik-rubrik tersebut, para penulis muslim atau jurnalis muslim dapat memainkan andil dalam mempersembahkan tulisan-tulisan yang bernuansa dakwah kepada pembaca.

Salah satu yang menarik dan banyak disimak oleh pembaca dalam sajian media massa ialah *feature*. *Feature* merupakan tulisan (berita) kreatif yang terutama dirancang untuk memberikan informasi sambil menghibur tentang suatu kejadian, situasi atau aspek kehidupan seseorang. Keterangan tersebut juga dipertegas oleh Dja'far H. Assegaf (1991), menurutnya *feature* tidak semata-mata menghibur saja yang diperhatikan, melainkan karangan khas tersebut juga memberikan informasi atau pesan efektif kepada pembacanya.¹¹ Karena, kekhasan *feature* sesungguhnya terletak pada tiga

¹⁰ Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Dakwah: Visi dan Misi Dakwah Bil Qalam*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003), hal. 23.

¹¹ Dja'far H. Assegaf, *Op Cit*, hal 56.

aspek. Yakni, unsur kreatifitas (dalam penciptaannya), informatif (isinya), dan menghibur (penulisannya).¹²

Dalam surat kabar, *feature* (karangan khas) mempunyai beberapa perbedaan penting yang dapat dijadikan kelebihan dibanding dengan berita atau tulisan yang lain. Di antaranya, penulisan *feature* tidak memiliki ketergantungan dengan waktu. Hal ini amat berbeda sekali dengan berita yang sangat tergantung dengan waktu. Karangan khas relatif tidak akan pernah basi karena cara penyajiannya berbeda dengan berita. Suatu berita bisa menjadi tidak menarik lagi jika telah “basi” sedang sebaliknya dengan karangan khas dapat dinikmati kapan saja. Kemudian, cara penyajian atau penulisan *feature* menggunakan teknik tersendiri yang bisa membuatnya tahan lama dan tidak bisa basi. Yaitu, dengan menggunakan gaya penulisan berkisah (cerpen) yang bagus. Yang tak kalah penting dari penulisan *feature* ialah alur. Seorang penulis *feature* hendaklah mengerti bagaimana alur itu dibuat agar mengalir begitu saja tanpa tersendat-sendat dan bahasanya enak dibaca. Sehingga memungkinkan pembacanya untuk dibawa ke dalam suatu alunan yang tidak terasa dan informasi yang dikehendaki dapat dengan mudah masuk di dalamnya.¹³

Pada dasarnya manusia menyukai suatu informasi yang dibawakan dengan gaya bercerita seakan-akan mereka sedang melihat pertunjukkan atau drama yang di dalamnya dapat menimbulkan rasa senang, bahagia, terharu,

¹² Abu Al-Ghifari, *Menggapai Surga Dengan Tulisan: Kiat Menjadi Penulis Sukses, Panduan Untuk Generasi Muda Islam*, cet. III, (Bandung: Mujahid, 2003), hal 92.

¹³ Dja'far H. Assegaf, *Op Cit*, hal 56-57.

bahkan menangis. Di dalam surat kabar, format penyampaian informasi seperti itu terdapat di dalam *feature*. Karena memang salah satu fungsinya ialah sebagai sarana penghibur bagi pembacanya. Di dalam media massa, fungsi hiburan musti ada. *Feature* bisa jadi sebagai bumbu penyedap dalam sajian media massa agar pembacanya tidak jenuh. Umumnya, *feature* memang selalu dimunculkan sebagai pelengkap dari berita yang tujuannya menghibur pembaca tanpa menafikan sisi penyebaran informasinya. Seorang penikmat media massa seperti koran, majalah atau tabloid rasanya belum lengkap jika belum membaca tulisan *feature* dalam satu sajian media tersebut. Seperti yang diungkapkan Wolseley dan Campbell dalam bukunya *Exploring Journalism* mengiaskan karangan khas dalam surat kabar sebagai “asinan” di dalam sajian makanan, yang tidak memberikan kalori utama, tetapi ia menimbulkan selera makan dan penyedap. Ia merupakan bagian yang cukup penting.¹⁴

Melihat keunggulan dan signifikannya eksistensi dari sebuah *feature* dalam media massa, tentunya sangat membuka peluang bagi para penulis (jurnalis) untuk menyampaikan informasi lewat penulisan berita *feature*. Apalagi jika dimanfaatkan untuk melakukan aktifitas dakwah lewat tulisan melalui media cetak. Jika dilihat sebagai metode dakwah, tentunya akan membuka peluang lebar dan strategis bagi para da'i dalam menyebarkan nilai-nilai dan ajaran Islam. Karena keberadaan *feature* dalam media massa menjadi salah satu yang tidak bisa diabaikan dan terbukti mampu menarik perhatian banyak pembaca. Melalui penulisan berita *feature* ini, pesan-pesan dakwah

¹⁴ *Ibid* hal 55.

dimungkinkan akan dengan mudah di sampaikan dan diserap oleh pembaca (masyarakat luas). Tentunya dengan melihat fungsi, peran dan kelebihan dari *feature* tersebut. Sehingga, berdakwah lewat penulisan berita *feature* bisa menjadi alternatif dakwah lewat tulisan yang efektif. Karena dalam sajian penulisan berita *feature*, sisi afektif dari pembacanya yang mudah disentuh ketimbang sisi kognitifnya. Makanya, informasi yang akan disampaikan akan lebih mudah masuk.

Berkaitan dengan hal tersebut, QA Prophetic Parenting Magazine merupakan objek penelitian yang di dalamnya terdapat rubrik “Silaturahmi” yang penyajiannya menggunakan penulisan berita *feature*. Dengan demikian, melalui penelitian ini penulis ingin mendeskripsikan dan menjelaskan bagaimana penulisan berita *feature* bisa dijadikan sebagai metode dakwah lewat tulisan dalam media massa.

C. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana karakteristik berita *feature* di rubrik “Silaturahmi” QA *Prophetic Parenting Magazine*?
2. Bagaimana karakteristik rubrik “Silaturahmi” di QA *Prophetic Parenting Magazine* sebagai pendukung dakwah lewat berita *feature*?
3. Apa materi dan pesan dakwah rubrik “Silaturahmi” di QA *Prophetic Parenting Magazine*?

D. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk menjelaskan bagaimana penulisan berita *feature* dapat digunakan sebagai metode dakwah alternatif melalui media massa.

E. KEGUNAAN PENELITIAN

1. Sebagai bahan referensi sekaligus bahan pengembangan keilmuan para da'i tentang bagaimana cara-cara menyampaikan pesan dakwah kepada objek dakwah melalui bahasa tulisan.
2. Bagi para da'i yang telah melakukan dakwah *bil qalam* dalam media massa, dapat menjadi masukan serta alternatif baru untuk mengemas tulisan (pesan dakwah) melalui format penulisan berita *feature*.

F. TELAAH PUSTAKA

Tema tentang *feature* memang bukan wacana baru dalam studi keilmuan. Berita-berita *feature* banyak kita temui dalam setiap media, baik media cetak maupun media elektronik. *Feature* memang menduduki posisi yang juga tak kalah penting dibanding sajian berita lain. Sehingga, penelitian-penelitian ataupun kupasan terkait berita *feature* di media massa juga telah mengundang banyak perhatian. Walau belum begitu banyak orang yang meneliti terkait keberadaan *feature* di media massa berikut hubungannya dengan dunia komunikasi.

Untuk melengkapi Telaah Pustaka dalam skripsi ini, penulis menelaah beberapa penelitian tentang *feature* yang lainnya tertuang dalam buku-buku. Diantaranya skripsinya Suryadi (2005) dengan judul *Struktur dan Gaya*

Bahasa dalam Wacana Personality Feature pada Harian Kompas Terbitan Tahun 2003. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan struktur dan gaya bahasa wacana *personality feature* pada harian Kompas terbitan tahun 2003. Hasil yang diperoleh ada dua macam, yaitu struktur wacana dan gaya bahasa. Struktur wacana yang diteliti ada empat hal, yaitu (1) judul atau *title*, (2) pembuka atau *intro*, (3) isi atau *body*, dan (4) penutup atau *punch*. Sedangkan gaya bahasa yang ditemukan mencakup empat macam, yaitu (1) gaya bahasa perbandingan (perumpamaan atau *simile*, *personifikasi*, *antitesis*, *perifrasis*, *koreksio*, dan *epanortosis*), (2) gaya bahasa pertentangan (*hiperbola*, *litotes*, *klimaks*, dan *anti-klimaks*), (3) gaya bahasa pertautan (*sinekdoke*, *alusio*, *eufemisme*, *antonomasia*, *erotesis*, *elipsis*, dan *asidenton*), dan (4) gaya bahasa perulangan (*epizeukis*, *tautotes*, *anafora*, *epistrofa*, *simploke*, dan *anadilopsis*).¹⁵

Setelah itu, skripsi Kartikasari dengan judul “*Gaya Bahasa dalam Feature Perjalanan Wisata di Majalah Femina*”. Penelitian ini mencoba untuk mengungkapkan gaya bahasa yang terdapat dalam *feature* laporan perjalanan wisata di majalah Femina. Metode penelitian yang digunakan ialah metode deskriptif, yaitu yakni metode yang memberikan gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek penelitian.¹⁶ Hasil penelitian ini ada tiga. *Pertama*, gaya bahasa

¹⁵ Suryadi, *Struktur dan Gaya Bahasa dalam Wacana Personality Feature pada Harian Kompas Terbitan Tahun 2003*, Skripsi Sarjana, Program Studi Sastra Indonesia, Fakultas Sastra, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta, 2005.

¹⁶ Digital Library Initiative, dalam www.digilib.upi.edu/pasca.com, diakses tanggal 17 Januari 2009.

yang ditemukan di majalah Femina terdiri dari gaya bahasa perumpamaan, gaya bahasa metafora, gaya bahasa personifikasi, gaya bahasa pleonasme, gaya bahasa hiperbola, dan gaya bahasa oksimoron. *Kedua*, bentuk gaya bahasa dalam teks *feature* perjalanan wisata di majalah Femina, dapat memunculkan tafsiran makna lain bila dilihat dalam konteks kalimat. *Ketiga*, gaya bahasa yang paling dominan di majalah Femina adalah gaya bahasa personifikasi, yakni gaya bahasa yang melekatkan sifat insani pada benda-benda yang tak bernyawa atau ataupun kepada gagasan-gagasan sehingga benda-benda atau gagasan-gagasan itu seolah-olah menjadi hidup seperti layaknya manusia.

AS Haris Sumadiria dalam bukunya yang berjudul “*Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature: Panduan Praktis Jurnalis Profesional*” memasukkan *feature* dalam bentuk karya jurnalistik sastra.¹⁷ Dalam buku ini, Sumadiria menilik bahwa bahasa *feature* banyak yang menggunakan bahasa-bahasa sastra sama dengan pembuatan cerpen sebagai bentuk karya sastra. Bedanya, *feature* merupakan cerita non-fiksi (nyata) sedangkan cerpen termasuk fiksi. Disamping itu, buku ini juga memuat bagaimana cara-cara dalam membuat berita dan *feature* secara baik.

Husnun Drajat, dalam bukunya “*Panduan Menulis Berita: Pengalaman Seorang Wartawan*” juga mengulas tentang berita *feature*. Husnun memasukkan *feature* ke dalam berita atau cerita fakta tersendiri yang dapat menjelajah ke dalam hal-hal yang dalam berita kurang mampu untuk

¹⁷ AS Haris Sumadiria, *Op Cit*, hal. 165-168.

memasukinya. Seperti menyoroti tentang kehidupan manusia dan seluk beluknya sampai pada rasa dan kejiwaan manusia.¹⁸ Husnun mencotohkan, seperti dalam mengisahkan hidup seorang tukang becak dalam mencari kebutuhan hidupnya sehari-hari. Dalam *feature*, kisah tukang becak dapat diceritakan sampai dengan jerih payah, pengorbanannya dan dapat mengaduk-aduk rasa kemanusiaannya.

Sedangkan, Hikmat Kusumaningrat dan Purnama Kusumaningrat dalam bukunya “*Jurnalistik: Teori dan Praktek*” memasukkan berita *feature* ke dalam berita-berita yang bersifat *human interest*.¹⁹ Menurutnya, *feature* lebih cocok dipakai dalam hal-hal yang bersifat *human interest* sehingga lebih dapat menyentuh sisi rasa kemanusiaan. Dalam buku ini juga dijelaskan, bahwa berita-berita yang mengandung sisi-sisi kemanusiaan, seperti nilai-nilai kejujuran, pengabdian, perjuangan, kesetiaan, pengorbanan, cinta kasih, rasa kagum dan yang sejenisnya akan lebih cocok apabila ditulis dengan format *feature*.

Berbeda dengan penelitian dan buku-buku di atas, penelitian yang dilakukan penulis lebih pada bagaimana melihat berita *feature* sebagai metode dakwah. Dengan jalan menganalisis isi data-data terbitan yang telah terkumpul. Penelitian ini menarik dan berbeda karena berusaha melihat *feature* sebagai metode dakwah.

¹⁸ Husnun Drajat, *Panduan Menulis Berita: Pengalaman Seorang Wartawan*, (Malang: UMM Press, 2007), hal. 90-91.

¹⁹ Hikmat Kususmaningrat dan Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik: Teori dan Praktek*, (Bandung: Rosdakarya, 2005), hal. 221-222.

G. KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIK

1. Pengertian Berita

Berita secara umum dapat diartikan sebagai laporan atas opini atau peristiwa yang penting bagi sejumlah besar khalayak luas. Berita dapat dikatakan memiliki nilai besar apabila liputan opini atau peristiwa yang disajikan sangat dibutuhkan oleh orang banyak. Menurut Iswandi Syahputra (2006),

*berita berasal dari bahasa Sansekerta, yakni vrit yang dalam bahasa Inggris disebut write, yang arti sebenarnya ialah ada atau terjadi. Sebagian ada yang menyebutnya vritta artinya kejadian atau yang telah terjadi. Vritta dalam bahasa Indonesia kemudian menjadi Berita atau Warta. Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia terbitan Balai Pustaka, berita diperjelas menjadi laporan atau peristiwa yang hangat. Jadi, berita dapat dikaitkan dengan kejadian atau peristiwa yang terjadi.*²⁰

Sedangkan Dja'far H. Assegaff (1991) mengartikannya,

*menurut batasan atau definisi, berita dalam arti jurnalistik adalah: laporan tentang fakta atau ide yang termasa, yang dipilih oleh staf redaksi suatu harian untuk disiarkan, yang dapat menarik perhatian pembaca. Entah karena dia luar biasa, entah karena pentingnya atau akibatnya, entah pula ia mencangkup segi-segi human interest, seperti humor, emosi dan ketegangan.*²¹

Dari definisi dan batasan tentang berita di atas maka dapat disimpulkan bahwa berita harus mengandung segi-segi sebagai berikut. *Pertama*, suatu peristiwa, kejadian, gagasan, fakta yang aktual. *Kedua*, mampu menarik perhatian umum dan memiliki signifikansi untuk diketahui

²⁰ Iswandi Syahputra, *Jurnalistik Infotainment: Kancan Baru Jurnaltik Dalam Industri Televisi*, cet I, (Yogyakarta: Pilar Media, 2006), hal 17.

²¹ Dja'far H. Assegaf, *Op Cit*, hal 24.

umum (khalayak luas). *Ketiga*, dilaporkan, diumumkan atau dimuat menjadi kesadaran umum dan dengan demikian menjadi dapat diketahui umum. Sebab suatu peristiwa atau gagasan yang mempunyai nilai berita betapapun hebatnya, betapapun aktualnya dan betapapun pentingnya jika tidak dapat disampaikan oleh media massa kepada umum untuk diketahui, itu bukanlah sebuah berita.

2. Pengertian *Feature*

Dalam teori jurnalistik kita mengenal bahwa produk dari surat kabar itu diklasifikasikan menjadi tiga bagian besar: *news* (berita), *views* (opini), dan *advertising* (iklan). Sedangkan, *feature* termasuk dalam kelompok atau rumpun *news*. Sekedar ulasan singkat, *news* itu sendiri diklasifikasikan ke dalam dua kategori: *hard news* (berita berita, berita keras) dan *soft news* (berita ringan, berita lunak). Secara teoritis, *feature* termasuk ke dalam *soft news*. Namun perlu dipahami, pengertian ringan atau lunak pada *feature* bukanlah pada materinya, melainkan pada segi atau teknik penyajiannya.²²

Menurut Badiatul Muchlisin Asti (2005) meminjam pengertiannya Tim LesPi, *feature* adalah tulisan hasil reportase (peliputan berita) mengenai suatu objek atau suatu peristiwa yang bisa bersifat memberikan informasi, mendidik, menghibur, meyakinkan, serta menggugah simpati atau empati pembaca.²³ Pengertian senada diungkapkan Julian Harris dalam “*The Complete Reporter*” yang menyebutkan, umumnya *feature* memberi penekanan pada segi “*human interest*” atau daya tarik kemanusiannya.

²² AS Haris Sumadiri, *Op Cit*, hal 150.

²³ Badiatul Muchlisin Asti, *Op Cit*, hal 83.

Feature adalah tulisan yang semata-mata berdasarkan *human interest*, tidak terikat pada tata penulisan baku dan kaku seperti yang berlaku pada penulisan berita.²⁴ *Human interest*, menurut Haris Sumadiria merupakan tulisan yang lebih banyak mengaduk-aduk perasaan dari pada mengundang pemikiran. Aspek-aspek kejiwaan, emosi, dan empati menjadi sesuatu yang disentuh-sentuh.²⁵ Misalnya, kita mendengar cerita memilukan seorang bocah yang selamat dari tanah longsor setelah empat hari dinyatakan hilang. Sementara, pengertian *feature* di atas diperjelas oleh Mc. Kinney dari Denver Post yang menyebutkan *feature* adalah suatu tulisan yang berada di luar tulisan yang bersifat berita langsung, di mana pegangan utama dari 5 W dan 1 H dapat diabaikan.²⁶

Keterangan lebih ringkas dituangkan oleh Wiliamson (1975), menurutnya *feature* ialah tulisan kreatif yang terutama dirancang untuk memberi informasi sambil menghibur tentang suatu kejadian, situasi atau aspek kehidupan seseorang.²⁷ Pendapat Wiliamson diperkuat oleh AS Haris Sumadiria, menurutnya *feature* ialah cerita khas kreatif yang berpijak pada jurnalistik sastra tentang suatu situasi, keadaan atau aspek kehidupan, dengan tujuan untuk memberi informasi dan sekaligus menghibur khalayak media massa.²⁸

²⁴ *Ibid*, hal 84.

²⁵ AS Haris Sumadiria, *Op Cit*, hal. 90.

²⁶ Dja'far H. Assegaf, *Op Cit*, hal 55.

²⁷ Abu Al-Ghifari, hal 91.

²⁸ AS Haris Sumadiria, *Op Cit*, hal 152.

Dari keterangan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa arti atau definisi dari *feature* sangat luas dan beragam. Para ahli komunikasi mempunyai pengertian-pengertiannya sendiri, walau pada dasarnya sama. Sutirman Eka Ardhana dalam bukunya *Jurnalistik Dakwah* menegaskan,

*bila di Indonesia-kan, feature dapat diartikan sebagai berita berkisah atau karangan khas. Feature disebut berita berkisah karena bentuk tulisan ini lebih banyak menekankan pada unsur 'kisah' dari suatu obyek penelitian. Dan disebut karangan khas karena feature memiliki sifat khusus, yakni memberikan hiburan di samping informasi.*²⁹

3. Jenis-Jenis *Feature*

Badiatul Muchlisin Asti (2005) membagi jenis-jenis *feature* menjadi tujuh bagian. Diantaranya, *Pertama*, Feature Sejarah. *Feature* ini mengacu pada keterkaitan masa lalu dengan masa kini, terutama menyajikan hal-hal yang berkaitan dengan peristiwa sejarah dengan gaya bercerita yang menarik, enak, segar dan mengandung sesuatu yang baru. Maksudnya mampu menyegarkan ingatan para pembaca tentang kejadian yang bersejarah. *Kedua*, *Feature* Tokoh. Merupakan kisah sukses (*success story*) atau lika-liku kisah hidup seorang yang pantas diteladani. Bisa juga seorang tokoh besar atau biasa yang memiliki watak, sifat dan perilaku yang pantas untuk diteladani. *Ketiga*, *Feature* Perjalanan. *Feature* jenis ini juga sering disebut “*feature* wisata”. Pasalnya *feature* ini menyajikan pengalaman penulis tentang hasil kunjungan ke suatu objek wisata atau tempat menarik lainnya, baik dari sejarah, arsitektur, maupun dari segi keindahan alam. *Keempat*, *feature*

²⁹ Sutirman Eka Ardhana, *Jurnalistik Dakwah*, cet. I, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995) hal 35.

Keahlian/Tuntunan. *Feature* ini memberikan tuntunan kepada pembaca, terutama untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan praktis. Misalnya, cara membuat alat pengering gabah, cara merawat tanaman, cara menentukan keaslian madu dan lain-lain. *Kelima, feature* Ilmiah/Ilmu Pengetahuan Populer. *Feature* jenis ini umumnya menjelaskan berbagai perkembangan ilmu pengetahuan. Biasanya artikelnya disajikan secara populer, sehingga lazim disebut “artikel ilmiah populer”. *Keenam, feature* Daya Pikat Manusia. *Feature* ini lebih menonjolkan sifat-sifat dramatis, emosional dan materi latar belakang yang menyangkut manusia sebagai cirinya ketimbang tulisan berita lempang (*straight news*) yang materi pokoknya adalah peristiwa, pendapat dan masalah (*news incidents*). *Ketujuh, feature* Berita. Merupakan berita yang mengutamakan aspek-aspek yang ganjil, aneh, lucu, mengerikan, sadis, menggidikkan bulu roma, serta menarik hati karena ditulis dengan gaya cerita. Contoh, ada bayi yang dibuang di kotak sampah, pembunuh yang sangat sadis dan lain-lain.³⁰

4. Karakteristik *Feature*

Menurut Badiatul Muchlisin Asti (2005),³¹ *feature* memiliki karakteristik: *pertama*, Lengkap. Sebuah *feature* disebut lengkap jika menyatukan bagian-bagian fakta dari suatu peristiwa dan memadukan jalan pikiran penulisnya yang dituangkan dalam bagian pendahuluan, rincian atau

³⁰ Badiatul Muchlisin Asti, *Op Cit*, hal 90-94. Bandingkan dengan jenis-jenis *feature* yang dituangkan oleh AS Haris Sumadiria yang membagi *feature* menjadi enam jenis. Diantaranya, *feature minat insani* (human interest), *feature sejarah*, *feature biografi*, *feature perjalanan*, *feature petunjuk praktis*, dan *feature ilmiah*. Lihat AS Haris Sumadiria, *Op. Cit*, hal. 161-162.

³¹ *ibid*, hal 86.

uraian dan kesimpulan atau penutup (*puch*). *Kedua*, Melawan Kebasian. *Feature* dapat menjadi alat ampuh untuk melawan kebasian berita. Berita hanya berumur 24 jam. Dengan *feature*, sebuah berita dapat dipoles menjadi menarik kembali dan tetap aktual. *Ketiga*, Non-Fiksi. *Feature* merupakan pengungkapan fakta-fakta yang dirangkai menjadi satu kesatuan dan memberikan gambaran yang jelas dan utuh kepada pembaca mengenai suatu peristiwa atau suatu obyek. *Keempat*, bagian dari media massa. Sebuah *feature* harus disajikan dala media massa, baik cetak (surat kabar, majalah dan buletin), maupun elektronik (televisi dan radio). Bila sebuah tulisan tidak dimuat atau ditayangkan dalam media massa, maka tulisan itu tidak bisa disebut *feature*. *Kelima*, Panjang Tak Tentu. Belum ada ketentuan mengenai panjang pendeknya sebuah *feature*, sehingga tulisan *feature* sangat bervariasi, tergantung penulisannya. Panjang pendeknya sebuah *feature* tergantung pada penting tidaknya-peristiwa, menarik-tidaknya aspek yang diungkapkan, dan bagaimana penulis berusaha mewarnai *feature* sehingga memikat dari awal sampai akhir.

Sementara itu pendapat Septiawan Santana K (2005),³² memberikan karakteristik sebagai berikut. *Pertama*, *feature* termasuk sebuah karya tulis jurnalistik yang unik. Keunikannya ada pada orisinilitas penulisan dan paparannya yang bersifat deskriptif. Nilai orisinilitas *feature* diantaranya terkait dengan kandungan *human interest*. Ia menggambarkan peristiwa buruk rupa melalui dunia *human interest*. Pada tulisan berita, keburukan itu menjadi

³² Septiawan Santana K, *Jurnalisme Kontemporer*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005), hal 35-38.

tujuan, sedangkan di *feature* tidak. Sementara dengan paparan yang deskriptif membuat suasana menjadi hidup dan berwarna. Karena pembaca diajak untuk membayangkan detail-detail, latar kejadian, dan tindakan-tindakan tertentu. *Kedua*, *feature* memiliki nilai *human interest* (rasa kemanusiaan). Seseorang akan mudah tertarik jika sesuatu itu mengandung rasa kemanusiaan. Tentunya dengan melihat kisah-kisah yang mengaduk-aduk rasa kemanusiaan, orang mudah tersentuh dan tergerak hatinya. *Ketiga*, kisah *feature* biasanya lebih banyak berbicara mengenai “*people*” atau orang-orang. Alasannya, segala sesuatu yang menyangkut “orang” ialah sesuatu yang “hidup”. Mempunyai kehangatan atau kegembiraan dan kesedihan. Dan yang terpenting bisa secara langsung dijadikan contoh bagi banyak orang. *Keempat*, memiliki emosi sastra. Dengan *feature* seorang penulis mesti tahu di mana ia meletakkan emosi tertentu. Sebagaimana karya sastra, penulis dituntut untuk kreatif. Bagaimana meletakkan paparan-paparan yang dapat menyentuh, adegan-adegan yang menarik dirancang dan deskripsi-deskripsi yang kuat disusun.

Pendapat lain, AS Haris Sumadiria (2005)³³ meringkas karakteristik *feature* sebagai berikut. *Pertama*, *feature* ditulis dengan teknik mengisahkan (*to story*) suatu peristiwa, situasi atau keadaan secara faktual. Sehingga, pembaca seolah-olah melihat langsung kejadiannya dan terbukti banyak orang yang senang dengan metode berkisah dalam menyampaikan informasi. *Kedua*, berisi tentang suatu situasi, keadaan, atau aspek kehidupan yang sifatnya faktual, obyektif, benar dan akurat. Faktual dalam *feature* disajikan dengan

³³ AS Haris Sumadiria, *Op Cit*, hal 153-156

menggunakan alur dan pemantik. *Ketiga, feature* bertujuan untuk memberi tahu atau menyampaikan informasi tetapi sekaligus juga menghibur khalayak (informatif dan rekreatif). Dikatakan dapat menghibur karena *feature* dapat membuat orang tertawa juga bersedih. *Keempat*, tidak terikat dengan aktualitas. Cerita *feature* bisa dipersiapkan, diliput, ditulis, dan disajikan kapan saja sesuai dengan kebutuhan. Ia akan tahan lama dan awet. Bahkan jika telah dimuat, berita *feature* tetap menarik dan tidak basi. *Kelima*, tulisan *feature* tidak bisa dipotong begitu saja. Karena ditulis dengan teknik mengisahkan di luar pola piramida terbalik, maka setiap bagian cerita *feature* sama pentingnya satu sama lain. Sehingga pada bagian bawah tidak bisa dipotong begitu saja. *Keenam*, berita *feature* selalu membawa pesan moral tertentu yang ingin disampaikan kepada khalayak seperti nilai-nilai kejujuran, kesetiaan, sikap tanpa pamrih, pengorbanan, kegigihan, perjuangan, keluhuran budi, pengabdian dan cinta kasih. *Ketujuh*, *feature* ditulis dengan menggunakan gaya bahasa jurnalistik sastra, merujuk pada gaya penulisan fiksi cerita pendek yang hidup, menarik, lincah, segar, terpilih, memikat dan mampu membangun imajinasi khalayak pembaca.

Dari keterangan di atas, karakteristik *feature* dapat dirangkum menjadi delapan poin. Yakni, lengkap/utuh, menggunakan teknik berkisah/deskriptif, faktual, bersifat *human interest*, berbicara mengenai “*people*”, gaya sastrawi, serta informatif dan rekreatif.

5. Metode Dakwah

Metode adalah suatu aturan (tata cara) yang harus ditempuh dalam proses pencarian terhadap realitas (sumber) kebenaran.³⁴ Dengan demikian metode dakwah artinya cara-cara yang dipergunakan oleh seorang da'i untuk menyampaikan materi dakwah, yakni al-Islam atau serentetan kegiatan untuk mencapai tujuan tertentu.³⁵ Landasan metode dakwah umat Islam sejatinya telah tertuang dalam al-Qur'an surat al-Nahl ayat 125.

*“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik, tukar pikiranlah dengan cara yang lebih baik...”*³⁶

Dari sumber metode itu tumbuh metode-metode yang merupakan operasionalisasinya yaitu dakwah dengan lisan, tulisan, seni, dan *bil-hal*.³⁷ Dakwah dengan lisan berupa ceramah, seminar, simposium, diskusi, khutbah, sarasehan, *brain storming* dan lain-lain. Dakwah dengan tulisan berupa buku, majalah, surat kabar, spanduk, pamflet, lukisan-lukisan dan lain-lain. Sedangkan dakwah *bil-hal*, dapat berupa perilaku yang sopan sesuai dengan ajaran al-Islam, memelihara lingkungan, mencari nafkah dengan tekun dan yang lainnya.

Sedangkan Muhammad Natsir dalam buku “*Fikhud Dakwah*” seperti yang dikutip Hamdan Daulay mengatakan bahwa ada tiga metode dakwah

³⁴ Andy Dermawan, dkk (ed.), *Metodologi Ilmu Dakwah*, cet. I, (Yogyakarta: LESFI, 2002), hal, 139.

³⁵ Wardi Bachtiar, *Metodologi Ilmu Dakwah*, cet, II (Jakarta: Logos, 1999), hal, 34.

³⁶ QS. 16, al-Nahl: 125.

³⁷ Wardi Bachtiar, *Op Cit*, hal. 34.

yang relevan disampaikan di tengah masyarakat, yakni *dakwah bil-lisan*, *dakwah bil-hal*, dan *dakwah bil-qolam*.³⁸

Dakwah *bil-lisan* adalah dakwah yang ditekankan pada pendekatan lisan, yaitu menunjuk pada tata cara pengutaraan dan penyampaian pesan dakwah melalui pidato, ceramah, dan sebagainya. Sedangkan, dakwah *bil-hal* ialah dakwah yang tekanannya pada pendekatan perbuatan secara langsung atau suri tauladan yang mencerminkan nilai-nilai ajaran Islam. Seperti: mengentaskan kemiskinan, pembinaan masyarakat, penyantuni anak yatim, bakti sosial, dan sebagainya. Terakhir ialah dakwah *bil-qolam*. Secara umum dakwah *bil-qolam* bisa diartikan dengan dakwah lewat tulisan atau biasa pula disebut dengan dakwah *bil-kitabah*. Namun, pemakaian istilah dakwah *bil-qolam* memiliki pengertian yang lebih luas dan mendalam. Sebab “qolam” meliputi makna segala macam alat yang digunakan manusia untuk kegiatan tulis-menulis, cetak-mencetak, gejala dan fenomena yang ada di alam. Jadi, qolam merupakan alat atau media untuk mengungkapkan itu semua.

a. Materi Dakwah

Materi dakwah tidak lain adalah Islam yang bersumber pada al-Qur'an dan Hadist sebagai pedoman utama yang meliputi Aqidah, Syari'at dan ahlak.³⁹

1. Aqidah

³⁸ Hamdan Daulay, *Dakwah Di Tengah Persoalan Budaya & Politik*, (Yogyakarta: LESFI, 2001), hal. 4.

³⁹ Wardi Bachtiar, *Op Cit*, hal. 33-34.

Yaitu menyangkut sistem keimanan/ kepercayaan kepada Allah swt, dan menjadikan dasar fundamental dari keseluruhan aktivitas seorang muslim. Baik yang menyangkut sikap mental, tingkah lakunya dan sifatnya. Akidah yang kuat akan melahirkan bentuk keimanan dan sebagai titik pusatnya ialah tauhid.

2. Syari'at

Yakni serangkaian ajaran yang menyangkut aktivitas manusia muslim di dalam semua aspek kehidupannya, mana yang boleh dilakukan, dan yang tidak boleh, mana yang haram dan mana yang halal, dan sebagainya. Syari'at juga mengatur hubungan manusia dengan tuhan, manusia dengan manusia, dan manusia dengan makhluk lainnya.

3. Akhlak

Yaitu segala sesuatu yang menyangkut tata cara hubungan baik secara vertikal dengan Allah maupun secara horizontal dengan sesama manusia dan seluruh makhluk-makhluk Allah.

b. Berita *Feature* Sebagai Metode Dakwah

Metode dakwah berita *feature* ialah melalui karakteristik *feature* itu sendiri, yang setelah dikaji ternyata memiliki kelebihan dan kegunaan dalam berdakwah. Karakteristik *feature* tersebut yaitu: lengkap/utuh, menggunakan teknik berkisah/deskripsi, faktual (non fiksi), bersifat *human interest*, berbicara mengenai “people”, gaya sastrawi, tidak basi/awet, serta informatif dan rekreatif. Maka dari itu, di

bawah ini akan dijabarkan bagaimana metode dakwah dari karakteristik *feature*.

1. Lengkap/Utuh

Segi penyampaian *feature* mesti secara lengkap dan utuh disampaikan. Artinya, *feature* dapat menyatukan bagian-bagian fakta dari suatu peristiwa yang dituangkan dalam bagian pendahuluan sampai penutup. Tulisan yang lengkap dan utuh tersebut memungkinkan sedikitnya bagian fakta dari berita yang tidak terungkap. Semuanya sedapat mungkin ditulis sehingga menjadi berita yang lengkap dan utuh. Sehingga isi pesan yang ingin disampaikan dapat secara lengkap dan utuh diterima.

Di dalam berdakwah, kriteria lengkap dan utuh menjadi metode tersendiri dalam menyampaikan kebenaran. Sesuatu pesan dakwah jika disampaikan dengan utuh dan lengkap akan mempermudah orang dalam menerima dan memahami isi pesan tersebut untuk kemudian dilaksanakan secara sepenuhnya. Artinya, jika pesan yang disampaikan dan diterima itu secara utuh dan lengkap, pemahaman orang pun akan utuh. Jika pemahaman dapat secara utuh dan lengkap diterima, maka apa yang menjadi isi pesan tersebut akan secara utuh pula diamalkan. Begitu juga sebaliknya, jika pesan dakwah disampaikan secara setengah-setengah atau tidak utuh dan lengkap, pemahaman yang didapat pun akan setengah-setengah juga. Sehingga, pesan dakwah yang disampaikan dimungkinkan diamalkan secara

setengah-setengah juga. Makanya, dalam memeluk Islam kita semua dituntut untuk secara *kaffah* (menyeluruh/utuh).

Contohnya adalah Al-Quran. Perlu diketahui bahwa al-Quran sebelum diturunkan kepada Nabi Muhammad Saw, ia telah ada di lauhil Mahfudz berupa satu kitab utuh, dimana Allah menjelaskan bahwa al-Quran yang ada di lauhil mahfudz itu tidak bisa disentuh kecuali oleh hamba-hamba Allah yang dimuliakan (para Malaikat). Dalam surat al-Waqi'ah: 77-79: "*Sesungguhnya Al-Quran Ini adalah bacaan yang sangat mulia. Pada Kitab yang terpelihara (Lauhul Mahfuzh). Tidak menyentuhnya kecuali orang-orang yang disucikan.*" Maksudnya, al-Quran telah ada di *lauhid mahfudz* berupa satu kitab yang utuh, lengkap dengan susunan surat dan ayatnya.⁴⁰ Jadi al-Qur'an sendiri mencontohkan supaya berdakwah secara utuh dan lengkap.

2. Teknik Berkisah/ Deskripsi

Segi penyampaian *feature* pada dasarnya menggunakan teknik kisah atau cerita. Melalui teknik ini kemudian *feature* mempunyai cirinya sendiri sebagai berita yang sifatnya khas. Maksudnya, disamping memberikan hiburan melalui teknik kisahnya juga yang tak kalah penting ialah informasi yang disisipkannya. Menghibur dalam *feature* juga mempunyai maksud sendiri, yaitu menghibur dalam arti

⁴⁰ Dikutip dari www.SyariahOnline.Com, diakses pada tanggal 18 Januari 2009.

menarik pembaca dengan menyuguhkan hal-hal yang ringan di antara sekian banyak informasi berita yang ‘berat’ dan serius.

Dengan teknik kisah pada berita *feature* tersebut sesungguhnya merupakan metode bagus bila digunakan untuk menyampaikan pesan kepada pembaca. Karena pada dasarnya manusia menyukai suatu informasi yang dibawakan dengan gaya bercerita seakan-akan mereka sedang melihat pertunjukkan atau drama yang di dalamnya dapat menimbulkan rasa senang, bahagia, terharu, bahkan menangis. Apalagi *feature* lebih menekankan sisi *human interest*nya untuk menyentuh pembaca dan memasukan informasi di dalamnya. Sehingga, apabila ditarik ke dalam aktivitas dakwah, berita *feature* dapat dijadikan alternatif metode dakwah yang efektif di media massa. Dengan mengacu pada sejarah, sebagaimana yang diungkapkan Sutirman Eka Ardhana (1995), sesungguhnya *feature* atau kisah bukanlah sesuatu yang baru dalam sejarah Islam. Bila menilik dalam pengertian bahasa, Hadist dapat diartikan sebagai berita kisah atau berita peristiwa yang bersumber pada aktivitas kenabian Rasulullah saw.⁴¹ Jadi para perawi Hadist seperti Imam Buchari, Imam Muslim, Turmudzi, Abu Dawud, Ibnu Huzaimah, Ibnu Hibban dan Muwaththa Imam Malik sesungguhnya merupakan penulis-penulis *feature* yang baik. Karenanya kitab-kitab Hadist seperti *Al-Jami’us Shaheh* dari Imam Bukhari sesungguhnya merupakan kumpulan *feature* Islami.

⁴¹ Sutirman Eka Ardhana, *Op Cit*, hal. 39.

Sebagai contohnya, Hadits yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari berikut ini.

Dari Abu Hurairah, bahwasanya ada seorang Arab Badui bertanya kepada Rasulullah saw.: “Kapankah hari kiamat?” Rasulullah menjawab: “Apabila amanat telah disia-siakan, maka tunggulah datangnya kiamat.” “Ya Rasulul Allah, apa maksud disia-siakannya amanat?” Tanya orang itu pula, yang dijawab oleh beliau: “Apabila segala urusan telah diserahkan kepada yang bukan ahlinya, maka tunggulah datangnya kiamat.”⁴²

3. Faktual (non fiksi)

Kisah fakta dalam cerita *feature* yang diangkat tidak lain adalah karena adanya berita yang sifatnya fakta mengenai suatu peristiwa, atau objek. Artinya apa yang nantinya disajikan oleh cerita *feature* tidak lain adalah berupa fakta bukan khayalan penulisnya. Sehingga, cerita yang bukan fakta tidak bisa disebut sebagai berita *feature*. Segi “fakta” dalam *feature* juga mempunyai maksud tersendiri. Cerita fakta yang ditampilkan merupakan kejadian lekat yang berada di sekeliling kehidupan manusia. Sehingga, para pembaca akan merasa lebih dekat dan percaya terhadap teladan, pesan, atau isi informasi yang disampaikan. Jadi bukan semata-mata cerita bualan yang tidak dapat dibuktikan kebenarannya. Di sisi lain, cerita yang sifatnya “fakta”, akan lebih mudah dipercaya dan diteladani dari pada cerita yang sifatnya khayalan. Karena, didasarkan pada kisah fakta yang dapat dilihat, dipahami, dirasakan dan dibuktikan kebenarannya.

⁴² H Anshori Umar Sitanggal, *Pesan-Pesan Rasulullah saw Menghadapi Berbagai Krisis*, (Bandung: Nuansa Aulia, 2006), hal. 285.

Mengenai segi faktual, ternyata ajaran dakwah yang ada dalam al-Quran juga menggunakan cara tersebut untuk meyakinkan manusia. Semua kisah-kisah ataupun firman Allah yang termuat di dalamnya merupakan fakta-fakta yang dapat dibuktikan kebenarannya. Harun Yahya sendiri menegaskan dalam tulisannya bahwa Al-Qur'an adalah kitab yang di dalamnya berisi berita yang kesemuanya terbukti benar. Al-Qur'an adalah firman Allah yang di dalamnya terkandung banyak sekali sisi keajaiban yang membuktikan fakta ini. Salah satunya adalah fakta bahwa sejumlah kebenaran ilmiah yang hanya mampu kita ungkap dengan teknologi abad ke-20 ternyata telah dinyatakan Al-Qur'an sekitar 1400 tahun lalu. Dalam sejumlah ayatnya terdapat banyak fakta ilmiah yang dinyatakan secara sangat akurat dan benar yang baru dapat ditemukan dengan teknologi abad ke-20. Fakta-fakta ini belum dapat diketahui di masa Al-Qur'an diwahyukan, dan ini semakin membuktikan bahwa Al-Qur'an adalah firman Allah.⁴³

Salah satu fakta adalah adanya Teori Big Bang, yang menyatakan bahwa alam semesta ini terbentuk dari Ledakan Besar dari dulunya yang padu. Teori yang telah lama diyakini oleh para ilmuan dunia tersebut ternyata telah tertuang dalam al-Quran.

*"Dan apakah orang-orang yang kafir tidak mengetahui bahwasanya langit dan bumi itu keduanya dahulu adalah suatu yang padu, kemudian Kami pisahkan antara keduanya. Dan dari air Kami jadikan segala sesuatu yang hidup. Maka mengapakah mereka tiada juga beriman?"*⁴⁴

⁴³ Dikutip dari www.keajaibanalquran.com, diakses pada tanggal 19 Januari 2009.

⁴⁴ Lihat QS. Al-Anbiyaa' ayat 30.

4. Bersifat *Human Interest*

Yang dimaksud dengan *human interest* dalam karakteristik *feature* adalah cerita yang mengandung sentuhan-sentuhan rasa kemanusiaan atau moral. Nilai-nilai kemanusiaan tersebut dapat berupa, kejujuran, pengabdian, perjuangan, kesetiaan, pengorbanan, cinta kasih, rasa kagum dan yang sejenisnya. Pada dasarnya, manusia itu makhluk yang mempunyai rasa kemanusiaan yang tinggi dibanding dengan makhluk yang lainnya. Manusia akan mudah menangis dan tersentuh hatinya jika melihat, mendengar atau mengalami kejadian yang mengandung nilai kemanusiaan. Sehingga tak mengherankan apabila manusia tiba-tiba menangis di depan televisi hanya karena menonton film yang menampilkan kesedihan. Dari sini, sifat *human interest* menjadi senjata ampuh dalam menarik orang lain untuk mengajak atau melakukan sesuatu hal. Apalagi jika diterapkan dalam berdakwah sebagai metode dakwah. Metode *human interest* dapat menjadi alat untuk menarik perhatian dan sentuhan perasaan dari sasaran dakwahnya. Bisa dengan menampilkan kisah-kisah perjuangan, pengorbanan, cinta kasih dan lainnya.

Mengenai satu ini, al-Quran sendiri sesungguhnya memakai metode seperti itu. Kita dapat lihat, banyak kisah-kisah di dalam al-Quran yang menampilkan sifat-sifat kepahlawanan, kejujuran, pengorbanan, kesabaran dan lainnya. Salah satu buktinya adalah kisah Nabi Ayyub AS yang penuh dengan kesabaran, keteguhan iman dan

ketangguhan hati yang luar biasa dalam menerima cobaan. Nabi Ayyub di uji dengan kehilangan harta, jabatan dan istrinya serta anaknya, namun ia tetap tabah menghadapi ujian Allah. Bahkan ia diserang sakit yang luar biasa hingga tiada seorang pun yang mau menemani. Nabi Ayyub dipilih oleh Allah sebagai nabi dan teladan yang baik bagi hamba-hambaNya dalam hal kesabaran dan keteguhan iman sehingga kini nama Ayyub disebut orang sebagai simbol kesabaran.⁴⁵

5. Berbicara Mengenai “People”

Kisah *feature* biasanya banyak berkisah mengenai “people” atau orang-orang. Alasannya, segala sesuatu yang menyangkut ‘orang’ ialah sesuatu yang ‘hidup’. Mempunyai kehangatan atau kegembiraan dan kesedihan serta yang terpenting dapat dijadikan contoh langsung.⁴⁶ Profil orang dalam *feature* juga memiliki daya tarik tersendiri, karena sosok orang yang diangkat dalam sebuah cerita *feature* lebih memiliki segi kedekatan kepada manusia dibanding dengan sosok lain, binatang misalnya. Seseorang yang membaca kisah-kisah kehidupan orang-orang yang sukses, teladan atau kepahlawan dan yang lainnya akan mudah menerima dan mencontoh ketimbang ditampilkan dengan sosok selain orang.

Ajaran dakwah dalam al-Qur’an ternyata juga banyak memakai metode seperti itu, yaitu menampilkan profil orang. Contohnya adalah

⁴⁵ Kisah Nabi Ayyub dapat dibaca di QS. Shaad ayat 41-44 dan QS. Al-Anbiyaa’ ayat 83-84.

⁴⁶ Septiawan Santana K, *Op Cit*, hal 36.

kisah-kisah para nabi dan rasul, keluarga teladan, keteguhan orang-orang pilihan dan lainnya yang terdapat dalam al-Qur'an. Salah satu contoh yang menarik dan luar biasa adalah kisah profil Masyithah. Di dalam al-Quran disebutkan, Dia adalah sosok yang menakjubkan dalam cinta kepada Allah swt. Ia seorang ibu mukminah yang sangat sabar dan memiliki anak-anak yang shalih lagi baik hati. Cinta yang bersemayam dalam hati mereka adalah gejala iman yang mampu melahirkan sebuah pengorbanan yang sempurna. Bersama anaknya, oleh Fira'un disiksa dan dimasukan dalam tungku api hingga wafat.⁴⁷

6. Gaya Sastrawi

Gaya Sastrawi yang dimaksud dalam *feature* adalah cara penulisan atau gaya penulisannya merujuk pada gaya penulisan cerita pendek yang hidup, menarik, mengandung emosi sastra dan mampu membangun imajinasi khalayak pembaca. Intinya adalah penggunaan gaya bahasa dalam penulisan *feature*, yang menurut Keraf diartikan cara mengungkapkan pikiran melalui bahasa secara khas yang memperlihatkan jiwa dan kepribadian penulis (pemakai bahasa). Sebuah gaya bahasa yang baik harus mengandung tiga unsur, yaitu kejujuran, sopan-santun, dan menarik.⁴⁸

Gaya sastrawi dalam penulisan *feature* adalah bertujuan untuk menarik dan memikat pembacanya dengan suguhan bahasa yang

⁴⁷ Dikutip dari www.dakwatuna.com/2007/bau-harum-masyithoh, diakses tanggal 20 Januari 2009.

⁴⁸ Gorys Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa*, (Jakarta: PT Gramedia, 1986), hal 113.

indah. Satu isi pesan misalnya, akan memiliki daya tarik tersendiri apabila dirangkai dengan bahasa sastra ketimbang bahasa biasa. Gaya bahasa yang biasa digunakan dalam *feature* tidak berbeda dengan karya sastra lain, yaitu: majas perumpamaan, majas pertentangan dan majas pertautan.

Di dalam al-Quran sendiri misalnya, cara penyampaian pesan dakwahnya juga menggunakan gaya bahasa sastra yang tinggi. Hasil penelitian Shahnnon Ahmad (1977) dari Malaysia menunjukkan ada sebanyak 227 surat Alquran yang merujuk para penyair, terutama penyair jahiliyah. Dalam surat-surat Makiyah (surat yang turun di Mekah), terutama yang pendek-pendek, struktur stilistik (gaya) dan bahasa sangat bertumpu pada struktur puisi. Kata *alif, lam, mim, ya, ain, shod*, menunjukkan stilistik yang sama dengan puisi. Sudah banyak riwayat diceritakan bagaimana pesona keindahan bahasa dan stilistika Alquran yang mampu menggugah orang bahkan terpengaruh olehnya. Kisah masuk Islamnya pujangga al-Walid bin al-Mughirah yang diutus oleh suku Quraisy untuk berdialog dengan nabi Muhammad, kisah terpesonanya Umar bin al-Khattab terhadap Alquran hingga ia masuk Islam, merupakan kisah tentang keindahan bahasa dan gaya Alquran.⁴⁹

7. Tidak Basi/ Awet

⁴⁹ Dikutip dari *Lampung Post*, Jumat, 27 April 2007.

Kriteria awet/tidak basi dalam penulisan *feature* adalah bahwa *feature* dapat menjadi alat ampuh untuk melawan kebiasaan berita. Berita seperti *straight news* hanya berumur 24 jam, sedangkan dengan format *feature* dapat tetap menarik dibaca kapan saja. Artinya tidak kenal istilah basi. Menurut seorang wartawan kawakan, Koran kemarin hanya baik untuk bungkus kacang. Unsur berita lempang yang semuanya penting luluh hanya dalam waktu 24 jam. Berita mudah sekali “punah”, tetapi *feature* bisa disimpan berhari-hari, berminggu-minggu atau berbulan-bulan. Koran-koran kecil sering membuat simpanan “naskah berlebih”—kebanyakan *feature*. *Feature* ini diset dan disimpan di ruang tatap muka, karena editor tahu bahwa nilai cerita itu tidak akan musnah dimakan waktu.⁵⁰

Yang membuat *feature* tidak dapat basi atau awet adalah terletak pada cara penyajiannya yang menggunakan gaya berkisah atau deskriptif. Gaya berkisah menjadikan *feature* terasa indah seperti layaknya membaca sebuah cerpen. Informasi yang disajikan dengan gaya bercerita menjadikan isi pesan yang disampaikan lebih hidup dan tahan lama, bisa dibaca sewaktu-waktu dan tidak termakan waktu. Selain itu juga, adanya karakteristik lain (seperti: lengkap/utuh, bersifat *human interest*, profil orang, gaya sastra, serta informatif dan rekreatif) juga turut memberi warna agar *feature* dapat awet dan tahan lama. Jadi, antara karakteristik satu dengan yang lainnya

⁵⁰ Dikuti dari www.kekmana.wordpress.com/2008/06/30/teknik-menulis-feature/, diakses tanggal 20 Februari 2009.

sesungguhnya saling mendukung dan melengkapi. Sehingga menjadikan *feature* lengkap dan utuh dengan ragam karakteristiknya.

Alhasil, karakteristik ini apabila dijadikan sebagai metode dakwah juga sangat baik karena materi dan isi pesan dakwah yang akan disampaikan kepada khalayak tidak cepat basi atau bahkan awet. Di samping itu juga, kalau kita perhatikan ayat di dalam al-Quran yang memuat kisah-kisah, juga akan menemukan kriteria tersebut. Kisah para Nabi dan Rasul misalnya, disajikan dengan menggunakan bahasa sastra yang tinggi, profil orang, memiliki sifat *human interest*, memiliki sisi rekreatif (kabar gembira dan peringatan).

8. Informatif dan Rekreatif

Maksudnya adalah *feature* itu isinya selain mengandung informasi juga memiliki segi rekreasinya. Informasi merupakan sesuatu kabar atau berita sedangkan rekreatif ialah sesuatu yang mengandung nilai hiburan. Sesuatu dikatakan hiburan apabila dapat menyentuh sisi afeksi (perasaan) manusia sehingga membuatnya menjadi senang, sedih, gembira, haru dan yang lainnya, termasuk yang termuat dalam dakwah al-Quran yang mengandung kabar gembira dan peringatan.

Menurut Usep Romli HM, Dakwah, baik *bil lisan* (ucapan) maupun *bilqalam* (tulisan), memerlukan ramuan-ramuan yang enak didengar atau dibaca. Agar tidak terasa monoton dan ruwet. Sehingga membuat bosan. Salah satu ramuan itu adalah humor. Usep lalu

mencontohkan literatur Islam masa lalu, cukup banyak menghasilkan karya-karya humor yang mengandung unsur aqidah, ibadah, ahlak dan muamalah. Isinya mengajak manusia menyadari posisinya sebagai hamba Allah, dan harus tunduk patuh kepadaNya. Oleh kalangan sufi, humor-humor dengan tokoh-tokoh humor tertentu dijadikan bahan pendidikan dalam meningkatkan kualitas kejiwaan mereka.⁵¹

Bahkan Nabi Muhammad Saw sendiri juga terkenal memiliki sifat humoris. Suatu hari pernah seorang nenek-nenek menanyakan kepada beliau, apakah dirinya pantas masuk surga. Jawab Rasulullah, di surga tidak ada nenek-nenek. Tentu saja Si Nenek menangis. Rasulullah segera melanjutkan, memang di surga semua nenek-nenek disulap menjadi gadis-gadis muda berstatus bidadari.⁵² Dengan selera humornya, beliau mampu mendekatkan diri pada keluarga, kerabat, dan para sahabatnya. Bahkan, dengan selera humornya pula, beliau dapat memecahkan banyak persoalan di sekitarnya. Satu catatan penting dari cara Rasul menghadapi persoalan dengan humor adalah bahwa kebenaran tidak selamanya harus ditegakkan dengan cara kekerasan.⁵³

Sedangkan Murtadha Muthahhari menyuruh supaya dakwah

⁵¹ Disarikan dari tulisan Usep Romli HM, *Bahan Ceramah Tentang Humor dalam Dakwah* dalam Diklat Retorika Dakwah Bidang KIK Pusdai, 12-13 September 2008, sumber: www.pusdai.com. Diakses pada tanggal 20 Februari 2009.

⁵² *Ibid.*

⁵³ Dikutip dari www.lembahtidar.blogspot.com/2007/01/cara-nabi-padukan-humor-dan-dakwah.html, diakses pada tanggal 20 Februari 2009.

harus mengandung kabar gembira dan peringatan. Hal ini terkait dengan karakteristik utama kenabian sebagai pembawa kabar gembira dan pemberi peringatan. Muthahhari menjelaskan bahwa membawa berita gembira adalah sesuatu yang membesarkan hati. Ketika seseorang hendak mengajak anak-anaknya untuk mengerjakan sesuatu, ada dua cara untuk melakukannya. Apakah dengan memakai kabar gembira atau dengan memberikan peringatan, atau keduanya pada waktu yang bersamaan, sama-sama akan membawa keberhasilan.⁵⁴ Dari keterangan tersebut, nyatalah bahwa humor atau rekreasi dijadikan metode dakwah oleh al-Quran dan Rasulullah.

H. METODE PENELITIAN

Metodologi mempunyai peranan yang sangat penting, karena memberikan aturan-aturan serta ketentuan-ketentuan sebagai standar yang harus dipenuhi. Maksudnya adalah untuk menjaga agar pengetahuan yang dicapai dari suatu riset mempunyai nilai ilmiah yang setinggi-tingginya.⁵⁵ Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor, metode penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian

⁵⁴ Dikutip dari www.abumuthi.multiply.com/reviews/item/2, diakses pada tanggal 20 Februari 2009.

⁵⁵ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1991), hlm. 4.

yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati.⁵⁶

1. Subyek dan Obyek Penelitian

Definisi subyek penelitian menurut Tatang M. Arifin yaitu, sumber atau tempat memperoleh penelitian.⁵⁷ Dalam hal ini yang dipakai sebagai tempat penelitian ialah QA Prophetic Parenting Magazine. Sedangkan obyek penelitiannya ialah penulisan berita *feature* sebagai metode dakwah yang diterapkan oleh QA Prophetic Parenting Magazine. Penelitian ini lebih menekankan pada peranan karakteristik dalam berita *feature* sebagai pendukung dari metode dakwah lewat tulisan.

2. Sumber Data

Data Primer yaitu data yang telah terdokumentasi, yang akan diteliti adalah terbitan majalah QA Prophetic Parenting Magazine tahun 2003-2006 sebanyak 15 edisi. Sedangkan data sekunder yaitu data hasil wawancara dengan pengelola dan staf kerja dari majalah QA Prophetic Parenting Magazine.

3. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan informasi yang akurat, diperlukan data yang valid sehingga mengungkapkan permasalahan yang akan diteliti. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah:

- a. Dokumentasi

⁵⁶ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1998), hal. 4.

⁵⁷ Tatang M. Arifin, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Jakarta: CV. Rajawali, 1986), hal. 111.

Dokumentasi, dari asal kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis. Dalam pelaksanaan metode ini peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya.⁵⁸ Metode dokumentasi ini digunakan untuk memperoleh data-data teks berita *feature* yang telah dimuat di rubrik “Silaturahmi” QA Propetic Parenting Magazine. Di samping itu, peneliti juga mengumpulkan data dengan mempelajari dokumen-dokumen dan laporan serta data-data lain mengenai struktur organisasi, spesifikasi majalah dan lain-lain yang dapat memperkuat data dokumentasi.

b. Interview

Interview atau wawancara adalah percakapan yang dilakukan oleh dua pihak dengan cara tanya jawab secara lisan atau bertatap muka langsung antara seseorang atau beberapa orang pewawancara dengan seorang atau beberapa orang yang diwawancarai.⁵⁹ Dalam hal ini penulis menggunakan jenis wawancara terstruktur, yaitu wawancara yang pewawancaranya menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan. Wawancara ini dilakukan secara langsung, melalui telepon, atau media internet dengan pimpinan beserta staf kerja redaksi QA Prophetic Parenting Magazine.

c. Observasi

⁵⁸) Suharsurii Ankunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), hal. 149.

⁵⁹ Wardi Bachtiar, *Op Cit*, hal. 72.

Observasi yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan dan pencatatan tentang fenomena-fenomena dan gejala-gejala alam.⁶⁰ Metode ini digunakan untuk meyakinkan kebenaran data yang diperoleh dengan metode wawancara. Observasi yang dilakukan ialah non partisan, yaitu penelitian yang mengadakan pengamatan saja tanpa musti terlibat di dalamnya. Di samping itu, penulis gunakan untuk memperoleh data yang berhubungan dengan: situasi dan kondisi kantor redaksi, serta kegiatan keredaksian QA Prophetic Parenting Magazine. Adapun jenis data yang diperoleh dari observasi ini termasuk dalam data sekunder.

4. Teknik Analisa Data

Metode analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.⁶¹ Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu bahwa setelah data yang berkaitan terkumpul, kemudian disusun dan diklarifikasikan dengan menggunakan kata-kata atau simbol untuk menggambarkan obyek penelitian. Sehingga dapat menggambarkan sebuah jawaban dari penelitian yang telah dirumuskan.⁶² Sedangkan, Burhan Bungin mengemukakan bahwa metode kualitatif dalam analisis data bertujuan menganalisis makna yang ada di balik informasi, data, dan proses

⁶⁰ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (Bandung: Mandar Maju, 1996), hlm. 157.

⁶¹ Masri Singarimbun, Sofian Efendi (Ed), *Metode Penelitian Survey*, (Jakarta: LP3ES, 1995), hlm. 263.

⁶² Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, (Bandung: Tarsito, 1985), hlm. 135.

suatu fenomena sosial.⁶³ Sedangkan analisis datanya menggunakan metode analisis isi (*content analysis*), yaitu penelitian yang memanfaatkan seperangkat prosedur untuk menarik kesimpulan yang sohih dari sebuah buku atau dokumen.⁶⁴ Dalam hal ini penulis menganalisis terhadap data-data yang telah terkumpul (terbitan QA Prophetic Parenting Magazine tahun 2003-2006 sebanyak 15 edisi) untuk melakukan interpretasi guna menjawab rumusan masalah.

Dengan demikian, secara sistematis langkah-langkah metode analisis isi (*content analysis*) untuk mengolah data yang berupa kumpulan berita *feature* sebagaia berikut:

- a. Merumuskan pertanyaan penelitian.
- b. Memilih sampel yang akan diteliti.
- c. Menyusun kategori-kategori isi yang akan dianalisis.
- d. Mengkode isi menurut definisi yang telah ditentukan.
- e. Menganalisis data yang telah dikumpulkan.
- f. Menarik kesimpulan-kesimpulan dan mencari indikasi.⁶⁵

⁶³ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: komunikasi, ekonomi, kebijakan public, dan ilmu social lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2008), cet. II, hal. 153.

⁶⁴ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1998), hal. 163.

⁶⁵ Andi Bulaeng, *Metode Penelitian Komunikasi Kontemporer*, (Yogyakarta: Andi, 2004), hal. 172.

I. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Agar dalam penulisan skripsi ini bisa terarah, integral dan sistematis sehingga mudah dipahami maka dalam penulisan skripsi ini dibagi ke dalam empat bab di mana setiap bab terdiri dari sub-sub sebagai perinciannya. Adapun sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut:

Bab I, merupakan pendahuluan yang berisi: Penegasan Judul, Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Telaah Pustaka, Kerangka Pemikiran Teoritik, Metode Penelitian dan Sistematika Pembahasan.

Bab II, membahas tentang Gambaran Umum QA Prophetic Parenting Magazine, di dalamnya mencakup: Sejarah Singkat, Visi dan Misi, Struktur Organisasi dan Tata Kerja, selain itu dalam bab ini dibahas secara mendalam tentang Rubrik Silaturahmi meliputi: Sejarah, Tujuan, Format Materi, Tema Materi Rubrik dan Pengelola/ Penanggungjawabnya dari Majalah QA Prophetic Parenting Magazine.

Bab III, membahas tentang penulisan berita *feature* sebagai metode dakwah di QA Prophetic Parenting Magazine yang mencakup, analisis terhadap Rubrik Silaturahmi di QA Propetic Parenting Magazine Tahun 2003-2006. Secara khusus bab III ini akan menyajikan ulasan tentang Analisis Karakteristik *Feature*, Analisis Metode Dakwah, serta Materi dan Pesan Dakwah yang termuat dalam rubrik Silaturahmi.

Bab IV, Penutup yang berisi tentang kesimpulan, saran-saran dari penelitian ini, dan kemudian ditambah dengan Lampiran-Lampiran.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah dipaparkan secara keseluruhan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil benang merah sebagai kesimpulan dari penulisan sekripsi ini sebagai berikut:

1. Teks *feature* pada rubrik “Silaturahmi” banyak mengandung karakteristik *feature*, yaitu lengkap/utuh, menggunakan teknik berkisah/deskripsi, faktual, bersifat *human interest*, profil orang, gaya sastrawi, tidak basi/awet, serta informatif dan rekreatif. Walau terdapat dua *feature* yang tidak mengandung salah satu karakteritik tersebut tetapi penggunaan karakteritik yang lainnya dapat melengkapi kekurangan tersebut.
2. Karakteristik *feature* yang terdapat dalam teks *feature* ternyata mengandung kelebihan-kelebihan yang dapat dijadikan sebagai metode dakwah. Dengan kata lain, karakteristik *feature* dapat digunakan sebagai metode dakwah yang cukup efektif, terutama penyampaian dakwah lewat tulisan (*bil qalam*). Metode dakwah *feature* terutama terletak pada kelebihan-kelebihan dan fungsi dari karakteristik *feature*nya yang mampu membuat pesan dakwah lebih mudah diterima oleh pembaca ketimbang format tulisan lain. Karakteristik *feature* memiliki peran penting dalam memformat pesan lebih menarik dan memikat pembaca. Maka penyampaian pesan melalui format *feature*, sesungguhnya terdapat cara

penyampaian pesan dengan hikmah dan pengajaran yang baik dari teladan profilnya.

3. Teks *feature* yang terdapat pada rubrik “Silaturahmi” juga mengandung materi dan pesan-pesan dakwahnya. Yakni, sebanyak 46, 67% mengandung materi syariah. Sedangkan materi akhlak dan aqidah memiliki prosentase yang sama, yakni sebanyak 26, 67%. Jadi pada teks *feature* tersebut lebih banyak pesan yang mengandung muatan syariah.

B. Saran-Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dalam rangka menyusun skripsi, maka melalui kesempatan ini penulis akan memberikan masukan atau saran yang bersifat membangun kepada keredaksian QA Propetic Parenting Magazine pada umumnya dan kepentingan syiar Islam khususnya. Adapun saran tersebut sebagai berikut:

1. Penulisan pesan informasi berupa berita pada majalah hendaknya format tulisannya menggunakan format berita *feature* (*soft news*). Karena majalah terbitannya yang sifatnya berkala, tidak harian, maka jika penyampaian pesannya menggunakan format berita lain (*straight news*) dipastikan akan cepat basi. Sedangkan apabila menggunakan format berita *feature* dapat tahan lebih lama karena memiliki karakteristik *feature* yang awet. Sehingga penulisan pesan informasi hendaknya lebih banyak menggunakan penulisan dengan gaya-gaya *feature*.
2. Dalam menulis berita *feature* hendaknya memperhatikan secara cermat aspek karakteristik *feature*. Karena melalui karakteristik *feature* tersebut

terdapat banyak kelebihan yang dapat menjadikan pesan mudah untuk diterima oleh pembaca. Oleh karena itu, keredaksian perlu memperhatikan aspek tersebut dalam menulis. Artinya, isi pesan yang ingin disampaikan lebih diperkaya lagi dengan kandungan dari karakteristik *feature*nya atau memasukkan kandungan karakteristik *feature*nya lebih banyak lagi. Misalnya, lebih diperkuat lagi sisi *human interest*nya atau gaya sastrawinya. Sehingga, pesan dakwah yang ingin disampaikan memiliki daya tarik tersendiri.

3. Bagi para pendakwah yang biasa berdakwah melalui tulisan, alangkah baiknya jika mulai membudayakan bentuk tulisannya dengan menggunakan gaya *feature*. Hal ini melihat kelebihan *feature* terutama karakteristiknya yang cukup efektif jika dimanfaatkan dalam berdakwah sebagai metode dakwah.

C. Penutup

Puji syukur alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat, taufik dan hidayahnya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“BERITA *FEATURE* SEBAGAI METODE DAKWAH (STUDI TERHADAP RUBRIK ‘SILATURAHIM’ DI QA PROPHETIC PERENTING MAGAZINE)**. Tentunya masih jauh dari sempurna dan terdapat kekurangan serta kelemahan analisis di dalamnya. Hal ini lebih disebabkan karena keterbatasan yang penulis miliki. Oleh karena itu,

sudah seharusnya masukan, kritikan, koreksi, dan saran yang penulis harapkan demi perbaikan.

Selain itu penulis tidak lupa menghaturkan beribu terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu penyusunan skripsi ini, yang tidak penulis sebutkan satu persatu. Semoga amal ibadahnya dapat berguna dan diterima oleh Allah SWT.

Akhirnya, penulis harapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat, khususnya bagi penulis dan keredaksian QA Propetic Parenting Magazine serta para pembaca pada umumnya. Amin.

Penulis

Agus Nur Cahyo



Lampiran-Lampiran

CURICULUM VITAE

Nama : Agus Nur Cahyo
Tempat, Tanggal lahir : Magelang, 14 Agustus 1986
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat Asal : Ratna Cahton IV, Kec. Seputih Raman, Kab. Lampung Tengah, Prov. Lampung. Pos : 35155.
Alamat di Yogyakarta : Wisma Standar, Ambarukmo, Depok Sleman, Yogyakarta.

Nama Orang Tua

Ayah : Suaman
Ibu : darningsih
Pekerjaan : Petani

Riwayat Pendidikan:

1. SD N 2 Ratna Cahton IV, lulus tahun 1998
2. MTs Swasta Seputih Raman, lulus tahun 2001
3. MA Nurul Ulum Kota Gajah, lulus tahun 2004
4. Masuk UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2004

Pengalaman Organisasi:

- 🗨️ Pemimpin Redaksi Lembaga Pers Mahasiswa RHETOR Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2006-2007.
- 🗨️ Reporter Sunan Kalijaga News, 2007-2009.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ghifari, Abu, *Menggapai Surga Dengan Tulisan: Kiat Menjadi Penulis Sukses, Panduan Untuk Generasi Muda Islam*, Bandung: Mujahid, 2003.
- Ankunto, Suharsurii, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 1998.
- Arifin, Tatang M, *Menyusun Rencana Penelitian*, Jakarta: CV. Rajawali, 1986.
- Assegaf, Dja'far H., *Jurnalistik Massa Kini: Pengantar Ke Praktek Kewartawanan*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1991.
- Asti, Badiatul Muchlisin, *Da'i Bersenjata Pena: Menulis dengan Langkah-langkah Praktis dan Sistematis*, Bandung: Pustaka Ulumuddin, 2005.
- Bachtiar, Wardi, *Metodologi Ilmu Dakwah*, Jakarta: Logos, 1999.
- Bulaeng, Andi, *Metode Penelitian Komunikasi Kontemporer*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2004.
- Bungin, Burhan, *Penelitian Kualitatif: komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya*, Jakarta: Kencana, 2008.
- Daulay, Hamdan, *Dakwah di Tengah Persoalan Budaya & Politik*, Yogyakarta: LESFI, 2001.
- Drajat, Husnun, *Panduan Menulis Berita: Pengalaman Seorang Wartawan*, Malang: UMM Press, 2007.
- Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir Al-Qur'an, 1971.
- Dermawan, Andy, dkk (ed.), *Metodologi Ilmu Dakwah*, Yogyakarta: LESFI, 2002.
- Djuroto, Totok, *Menejemen Penerbitan Pers*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2001.

Eka Ardhana, Sutirman, *Jurnalistik Dakwah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995.

Hadi, Sutrisno, *Metodologi Research*, Yogyakarta: Andi Offset, 1991.

Kartono, Kartini, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Bandung: Mandar Maju, 1996.

Keraf, Gorys, *Diksi dan Gaya Bahasa*, Jakarta: PT Gramedia, 1986.

Kususmaningrat, Hikmat dan Purnama Kusumaningrat, *Jurnalistik: Teori dan Praktek*, (Bandung: Rosdakarya, 2005.

Latif, Nasaruddin, *Teori dan Praktek Dakwah Islamiyah*, Jakarta: Firma Dara, 1979.

Moleong, Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1998.

Nawawi, Hadari, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1983.

Partanto, Pius A., dan M. Dahlan Al Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, Surabaya: Arkola, 1994.

Romli, Asep Syamsul M., *Jurnalistik Dakwah: Visi dan Misi Dakwah Bil Qalam*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003.

Santana K, Septiawan, *Jurnalisme Kontemporer*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2005.

Singarimbun, Masri dan Sofian Efendi (Ed), *Metode Penelitian Survey*, Jakarta: LP3ES, 1995.

Sitanggal, H Anshori Umar, *Pesan-Pesan Rasulullah saw Menghadapi Berbagai Krisis*, Bandung: Nuansa Aulia, 2006.

Sumadiria, AS Haris, *Jurnalistik Indonesia: Menulis Berita dan Feature. Panduan Praktis Jurnalis Profesional*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005.

Syahputra, Iswandi, *Jurnalistik Infotainment: Kancan Baru Jurnaltik Dalam Industri Televisi*, Yogyakarta: Pilar Media, 2006.

Yunus, Mahmud, *Kamus Arab-Indonesia*, Jakarta: PT Hidakarya Agung, 1989.

Suryadi, *Struktur dan Gaya Bahasa dalam Wacana Personality Feature pada Harian Kompas Terbitan Tahun 2003*, Skripsi Sarjana, Program Studi Sastra Indonesia, Fakultas Sastra, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta, 2005.

Lampung Post, Jumat, 27 April 2007.

www.keajaibanalquran.com.

www.SyariahOnline.Com.

www.digilib.upi.edu/pasca.com.

www.dakwatuna.com.

www.kekmana.wordpress.com.

www.pusdai.com.

www.lembahtidar.blogspot.com.