

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami maksud judul skripsi ini, maka penulis perlu memberikan penegasan terhadap istilah-istilah yang dimaksud dalam judul tersebut :

1. Misi dan Orientasi

Misi dapat diartikan (peng) utusan, tugas, suruhan hidup, amanat, pesan.¹ Sedangkan orientasi diartikan sebagai peninjauan untuk menentukan sikap (arah, tempat, dan sebagainya) yang tepat dan benar.²

Dari penegasan istilah tersebut di atas, dapat dijelaskan bahwa yang dimaksud misi dan orientasi pers Islam dalam penelitian ini adalah tugas-tugas yang harus dijalankan oleh pers Islam dan tinjauan yang dipakai oleh pers Islam dalam menentukan arah ke depan.

2. Pers Islam

Pers Islam adalah pers yang menyatakan dirinya sendiri Islam dan menggunakan atribut formal Islam.³ Dengan demikian dalam penelitian ini

¹ Pius A. Partanto dan M. Dahlan Al-Barry, *Kamus Istilah Populer*, (Surabaya: ARKOLA, tt.), hlm. 471.

² Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Yogyakarta: Balai Pustaka, 1998), hlm. 903.

³ Muhammad Herry, *Jurnalistik Islam; Tanggung Jawab Wartawan Muslim*, (Surabaya: Pustaka Progresif, 1992), hlm. 53.

yang dimaksud dengan pers Islam adalah penyiaran tercetak yang mengatasnamakan Islam, dikelola oleh umat Islam dengan menggunakan prinsip-prinsip Islam baik dari segi redaksional, manajemen maupun pengelolaannya yang berupa Buletin Dakwah Wa Islama, di mana misi dan orientasinya terlihat dengan jelas bahwa media ini tidak hanya menulis tentang kajian keagamaan tetapi juga nilai-nilai keislaman yang universal seperti tegaknya kejujuran, keadilan dan hak-hak asasi, kepedulian sosial dan sebagainya.

3. Buletin Dakwah Wa Islama

Menurut Lasa H.S. buletin adalah publikasi yang berisi berita singkat dalam bidang tertentu yang diterbitkan oleh suatu lembaga organisasi. Dalam bidang pers, buletin diartikan sebagai penyiaran berkala yang berisi berita (pendek) dan wujudnya sederhana.⁴

Dari definisi di atas, yang dimaksud dengan Buletin Dakwah Wa Islama dalam penelitian ini adalah sebuah penyiaran yang berupa tulisan yang memuat berita-berita keislaman, terbit tiap hari jum'at yang diterbitkan oleh Yayasan Keluarga Alumni Jama'ah Shalahuddin (KAJASHA) Universitas Gadjah Mada yang terbit mulai tanggal 28 September 1990 dan diberi nama Buletin Dakwah Wa Islama.

Dengan demikian yang dimaksud dengan judul "MISI DAN ORIENTASI PERS ISLAM (Studi pada Buletin Dakwah Wa Islama)" yakni

⁴ Lasa H. S. *Kamus Istilah Perpustakaan*, Cet. I, (Yogyakarta: Gadjah Mada Press, 1990), hlm. 17.

suatu penelitian yang mengungkap dan memaparkan bagaimana misi dan orientasi pers Islam yang tertuju pada Buletin Dakwah Wa Islama sebagai salah satu bentuk pers Islam, dan dalam penelitian ini terfokus pada periode 2004-2005.

B. Latar Belakang Masalah

Era reformasi sekarang ini merupakan tantangan sekaligus peluang bagi syi'ar Islam (*dakwah Islamiyyah*). Para mubaligh, aktivis dan umat Islam pada umumnya mempunyai kewajiban secara *syar'i* untuk melakukan dakwah Islamiyyah, seperti yang dijelaskan dalam firman Allah surat Ali-Imran (3) ayat: 104:

ولكن منكم أمة يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ. (آل عمران: ١٠٤)

Artinya : “Hendaklah ada di antara kamu sekalian segolongan umat yang menyeru kepada kebaikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah kepada yang munkar. Mereka itu adalah orang-orang yang beruntung”.⁵

Dalam menyampaikan dakwahnya mereka (*subjek dakwah*) harus mampu menyesuaikan diri dan memanfaatkan era reformasi seperti sekarang ini yang sarat akan sarana-sarana yang mutakhir, seperti televisi, radio, film,

⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Surabaya: UD. Mekar Surabaya, 2000), Ali Imron (3) : 104.

majalah, surat kabar ataupun sarana cetak lainnya. Jelasnya, para mubaligh saat ini selain tetap harus dakwah *bil lisan* (ceramah, tabligh, khotbah) dan dakwah *bil hal* (pemberdayaan masyarakat secara nyata, ketauladanan perilaku), harus mampu memanfaatkan media massa untuk melakukan dakwah *bil qalam* (dakwah melalui pena atau tulisan pada media massa / cetak), melalui rubrik kolom opini yang umumnya terdapat di surat kabar harian, mingguan, tabloid, majalah-majalah, buletin yang diterbitkan oleh suatu lembaga atau organisasi dan lain sebagainya.

Dakwah *bil qalam* (umumnya biasa disebut pers) mempunyai banyak keistimewaan, di antaranya adalah cakupannya lebih luas, dapat menjangkau semua lapisan masyarakat dan pesan yang disampaikan dapat dibaca berulang-ulang sehingga lebih mudah untuk dipahami. Melalui informasi-informasi yang disajikan sebagai hasil kerja jurnalistiknya, pers dapat merangsang proses pengambilan keputusan, serta membantu mempercepat proses peralihan masyarakat dari tradisional ke modern.

Wilbur Schram mengemukakan sembilan peran pers, yakni pers dapat memperluas pandangan (cakrawala) pemikiran bagi masyarakat, dapat memusatkan perhatian, mampu menumbuhkan aspirasi dan mendorong masyarakat berpola pikir ke arah kehidupan yang lebih baik, mampu menciptakan sarana membangun, mampu memperlebar tukar pikiran (dialog) dan kebijakan (*policy*) tentang hal-hal yang berhubungan dengan masalah politik, mampu mengenal norma-norma sosial, mampu menumbuhkan selera, mampu merubah sikap yang lemah menjadi sikap yang lebih kuat, dan mampu

sebagai pendidik. Di samping sektor-sektor di atas, dalam sektor keagamaan pun pers memiliki peran dan fungsi yang strategis dan dapat dijadikan sarana dakwah yang efektif demi pengembangan syi'ar Islam. Namun permasalahannya tidak banyak pers yang mampu membawa peran dan fungsi tersebut. Masih banyak pers Islam yang cukup bangga dengan peran perjuangannya membela Islam *lillahi ta'ala* (hanya murni untuk kepentingan akhirat dan seolah-olah mengabaikan kepentingan dunia), padahal pers Islam saat ini dituntut untuk terus berkembang seiring dengan realitas sekarang yang menunjukkan kecenderungan meningkatnya minat baca kalangan menengah Islam dan kalangan elit Islam, seiring dengan perkembangan pemikiran keislaman dan politik Islam pada lapisan elit penguasa politik dan ekonomi.⁶ Menurut Dja'far H. Assegaf, faktor yang mengakibatkan lemahnya dan terpinggirkannya pers Islam antara lain sebagai berikut:

1. Kurang dan lemahnya dukungan dana.
2. Lemahnya manajemen akibat atau kurang profesionalnya pengelola, sehingga gaya bahasa, teknik penulisan, pemilihan dan pemilahan topik serta tampilan produk yang kurang menarik perhatian dan minat pembaca.
3. Masih lemahnya kesadaran informatif umat Islam akan masalah-masalah keislaman. Mereka lebih tertarik informasi non Islam atau lebih senang membaca atau membeli pers umum daripada pers Islam.⁷

6. M. Nurul Amin, *Mengembangkan Visi dan Keterbukaan Pers Islam*, Pelita, No.6642 tahun XXII, (Rabu, 3 mei 1995), kolom 8/I, hlm. 4-9.

⁷ Dja'far H. Assegaf, *Jurnalistik Masa Kini; Pengantar Kepraktik Kewartawanan*, (Jakarta:Ghalia Indonesia, 1985), hlm. 10.

Melihat realitas tersebut, menuntut pengembangan profesionalisme pers Islam, sehingga masih banyak hal-hal yang perlu diperbaiki dan disempurnakan dari pers Islam, khususnya dalam pengaktualitasan dan kemampuan menangkap *angel* (penyokong pergerakan) yang tepat serta keterbukaan pers Islam menerima kekurangan yang ada, yang juga dapat berarti menerima perkembangan kehidupan modern yang disesuaikan dengan agama dan budaya bangsa, sehingga dapat tercipta kondisi pers Islam yang sehat, aspiratif, profesional dan kondusif bagi dinamika perkembangan umat (negara) dan tentunya dibaca dan disukai oleh khalayak.⁸

Buletin Dakwah Wa Islama sebagai salah satu media cetak yang diterbitkan oleh Yayasan Keluarga Alumni Jama'ah Shalahuddin (KAJASHA) Universitas Gadjah Mada yang berusaha mendekatkan masyarakat kepada keindahan ajaran Islam. Hal inilah yang mendorong penulis untuk melakukan kajian berkenaan dengan misi dan orientasi yang dimainkannya sebagai pers Islam serta tinjauan ke depan Buletin Dakwah Wa Islama dalam menentukan sikap.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

⁸ *Ibid*, hlm. 11.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana misi dan orientasi yang diemban oleh Buletin Dakwah Wa Islama sebagai pers Islam?
2. Bagaimana strategi Buletin Dakwah Wa Islama sebagai pers Islam dalam mengemban misi dan orientasinya?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memaparkan bagaimana misi yang diemban oleh Buletin Dakwah Wa Islama sebagai pers Islam dan bagaimana orientasi ke depan Buletin Dakwah Wa Islama serta bagaimana strategi yang digunakan Buletin Dakwah Wa Islama sebagai pers Islam dalam mengemban misi dan orientasinya.

E. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk :

1. Memperkaya khazanah keilmuan terutama dalam bidang ilmu dakwah dan diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan misi pers Islam ke depan, sehingga tumbuh pers-pers Islam lainnya yang setidaknya setara dengan Buletin Dakwah Wa Islama.
2. Pihak pengelola Buletin Dakwah Wa Islama sebagai bahan pertimbangan pengambilan kebijakan dalam mengembangkan misi dan orientasi Buletin Dakwah Wa Islama.

3. Pihak pengelola penerbitan pers Islam lainnya sebagai bahan rujukan dalam menentukan langkah ke depan.

F. Telaah Pustaka

Berdasarkan telaah pustaka yang penulis lakukan, ada beberapa penelitian (skripsi) yang membahas mengenai pers Islam, terutama studi pada Buletin Dakwah Wa Islama, di antaranya adalah penelitian tentang: “*Sikap Jamaah Jum’at Masjid Mardiyah Yogyakarta Terhadap Buletin Dakwah Wa Islama*”, karya Ramdhan Hidayat tahun 2003. Penelitian ini membahas mengenai bagaimana bentuk kecenderungan dalam diri masing-masing individu Jamaah Jum’at Masjid Mardiyah Yogyakarta terhadap Buletin Dakwah Wa Islama, yaitu perasaan yang mendukung atau memihak (*Favorable*) atau perasaan tidak mendukung atau memihak (*Unfavorable*) atau stimulus dalam bentuk nilai baik-buruk, positif-negatif, menyenangkan-tidak menyenangkan, tertarik-tidak tertarik terhadap Buletin Dakwah Wa Islama, baik dari segi redaksional (isi, *lay out*, dan kolom iklan) maupun manajemen pengelolaannya.

Kemudian penelitian lain adalah: “*Pesan-pesan Dakwah Dalam Buletin Dakwah Wa Islama Edisi Januari 1999-Desember 1999*”, karya Muridan tahun 2000. Penelitian ini membahas tentang bagaimana tipologi pesan-pesan dakwah Buletin Dakwah Wa Islama edisi Januari 1999-Desember 1999 dan bagaimana prosentase tema yang dimuat oleh Buletin Dakwah Wa Islama terutama masalah-masalah aspek kehidupan manusia, antara lain:

masalah keagamaan, masalah sosial, masalah ekonomi, masalah budaya dan masalah politik, mana yang lebih dominan muncul pada lembar Buletin Dakwah Wa Islama tiap edisi. Setelah melakukan penelitian kurang lebih satu tahun terhitung mulai Januari 1999-Desember 1999, penulis karya ilmiah ini dapat mengambil kesimpulan bahwa prosentase pesan-pesan dakwah yang dimuat pada Buletin Dakwah Wa Islama lebih banyak pada masalah keagamaan daripada masalah ekonomi, sosial, budaya dan politik.

Dari penelusuran karya ilmiah yang telah disebutkan di atas, belum ada penelitian tentang Bagaimana Misi dan Orientasi Pers Islam serta bagaimana strategi yang diterapkan dalam mengemban misi dan orientasinya terutama studi pada Buletin Dakwah Wa Islama, sehingga penyusun merasa tertarik untuk menelitinya. Demikianlah hasil penelusuran pustaka yang penulis lakukan sebagai bahan acuan penyusunan skripsi ini yang dimaksudkan untuk menghindari terjadinya karya-karya yang tidak bermakna karena hanya merupakan pengulangan.

G. Kerangka Teoritik

1. Pengertian Pers

Istilah pers erat kaitannya dan tidak dapat dipisahkan dengan istilah jurnalistik. Seringkali orang menggantikan jurnalistik dengan pers. Pers dan jurnalistik dapat diibaratkan sebagai raga dan jiwa atau jasmani dan rohani. Pers adalah organ yang terdiri dari bagian-bagian secara fisik, yang berfungsi karena kegiatan atau hasil kerja dari jurnalistik. Jurnalistik

berasal dari kata *journal* atau *du jour* juga *diurna*, yang berarti hari di mana segala berita atau warta sehari itu termuat dalam lembaran yang tercetak.⁹

Sedangkan pers berasal dari bahasa Belanda, yang dalam bahasa Inggris berarti *press*. Secara harfiah *press* mempunyai arti cetak dan secara maknawiyah berarti penyiaran secara tercetak atau publikasi secara tercetak (*printed publication*).¹⁰ Dalam perkembangannya, pers mempunyai dua pengertian, yaitu:

- 1) Pers dalam pengertian luas meliputi segala penerbitan, bahkan termasuk media elektronik (radio, televisi, internet, dan lain sebagainya)
- 2) Pers dalam pengertian sempit yang terbatas pada media massa cetak, yaitu surat kabar, majalah, tabloid, buletin dan sebagainya.¹¹

Sedangkan yang akan dijadikan pokok pembahasan pada penelitian ini adalah pers dalam pengertian sempit, yaitu pada media massa cetak (Buletin Dakwah Wa Islama).

Meskipun pers mempunyai dua pengertian seperti yang diterangkan sebelumnya, tetapi orang menganggap pers itu media massa

⁹ Asep Samsul M. Romli, *Jurnalistik Praktis*, Cet, I, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1999), hlm. 69.

¹⁰ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*, Cet. II, (Bandung: PT. Rosdakarya Offset, 1997), hlm. 45.

¹¹ Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa dalam Pandangan Al-Qur'an*, (Jakarta: Logos, 1999), hlm. 26.

cetak seperti surat kabar dan majalah serta lainnya. Anggapan umum seperti itu disebabkan ciri yang terdapat pada media itu yang tidak dimiliki oleh media lain, yaitu: proses komunikasi satu arah, komunikatornya melembaga dan heterogen, serta pesannya bersifat umum.

Menurut Pasal I ayat (I) Undang-Undang Nomor II tahun 1966 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pers, dinyatakan bahwa:

Pers adalah lembaga kemasyarakatan, alat revolusi yang mempunyai karya sebagai media komunikasi massa yang bersifat umum berupa penerbitan yang teratur diperlengkapi atau tidak diperlengkapi dengan alat sendiri, berupa percetakan, alat-alat foto, klise, mesin-mesin, stensil dan alat-alat teknik lainnya.¹²

Sebagai lembaga kemasyarakatan (*social institution*), pers merupakan subsistem kemasyarakatan di mana ia berada bersama-sama dengan subsistem lainnya. Dengan demikian pers tidak hidup secara sendiri, melainkan mempengaruhi dan dipengaruhi oleh lembaga kemasyarakatan lainnya.

Pada perkembangan selanjutnya jurnalistik secara umum sering didefinisikan sebagai “suatu proses meliput, mengolah dan menyebarkan peristiwa (berita, *news*) atau opini / pandangan (*views*) kepada masyarakat luas”. Bertolak dari pengertian di atas maka jurnalistik Islam dapat diartikan sebagai “suatu proses meliput, mengolah dan

¹² Tribuana Said dalam bukunya tentang *Sejarah Pers Nasional dan Pembangunan Pers Pancasila*, (Jakarta: Masagung, 1988), hlm. 20 yang mengutip dari Departemen Penerangan RI, *Undang-Undang Tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pers dan Pelaksanaannya*, (Jakarta: Deppen RI, 1985), hlm. 28.

menyebarkan berbagai peristiwa dengan muatan nilai-nilai islami, khususnya yang menyangkut agama dan umat Islam kepada khalayak, serta berbagai pandangan dengan perspektif ajaran Islam”. Sedangkan pers Islam dapat diartikan sebagai “media penyiaran tercetak yang memuat berbagai hal yang sarat dengan muatan nilai-nilai islami”.¹³

2. Karakteristik Jurnalistik / Pers Islam

Jurnalistik / pers Islam sebagai upaya dakwah Islamiyyah harus dapat dibedakan dengan jurnalistik (umum). Misalnya dari sisi ideal sebuah media, jurnalistik Islam harus mempunyai karakteristik sebagai berikut:

- a. Jurnalistik Islam sebagai upaya dakwah *bil qalam* yang utama harus mengemban misi *amar ma'ruf nahi munkar*.
- b. Menyebarkan informasi tentang perintah dan larangan Allah SWT.
- c. Senantiasa menghindari gambar-gambar ataupun ungkapan-ungkapan yang tidak islami (pornografi), menjauhkan promosi kemaksiatan atau hal-hal yang bertentangan dengan syariat Islam, seperti fitnah, pemutarbalikkan fakta, berita bohong dan sebagainya.
- d. Berusaha mempengaruhi komunikan atau khalayak agar berperilaku sesuai dengan ajaran Islam.

¹³ Asep Samsul M. Romli, *Op. Cit*, hlm. 86.

- e. Mentaati pedoman Kode Etik Jurnalistik (KEJ), salah satunya adalah cek dan ricek.¹⁴ Sebagaimana firman Allah dalam surat Al-Hujurat ayat: 6:

يا أيها الذين آمنوا إن جاءكم فاسق بنبأ
فتبينوا... (الحجرات: ٦)

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik dengan membawa berita maka periksalah dengan teliti...”¹⁵

Berkaitan dengan pers Islam, perlu adanya formulasi atau penggabungan dua titik ekstrim, yaitu ; pers yang berani menyatakan dirinya Islam, sekaligus menegakkan nilai-nilai islami secara universal dalam peliputan, penulisan maupun manajemennya.¹⁶ Ada beberapa butir yang perlu dikaji lebih dalam dan bisa dijadikan sebagai acuan dalam pers Islam yaitu; *pertama* adalah sebuah media elektronik maupun cetak yang dikelola dan diatasmamakan Islam. *Kedua*, membawa misi *amar ma'ruf nahi munkar*. *Ketiga*, tujuan jangka panjangnya berupa *rahmatan lil'alam*. *Keempat*, dengan semangat profesionalisme yang tinggi. *Kelima*, manajemen yang diterapkan adalah manajemen yang sesuai

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ Departemen Agama, *Op. Cit*, Al-Hujurat (49): 6.

¹⁶ Muhammad Herry, *Op. Cit*, hlm. 54.

dengan nilai-nilai islami. Dan yang *keenam* adalah para *shopynya* (wartawan) memenuhi syarat (sebagaimana syarat untuk menjadi seorang perawi).¹⁷

Pada dasarnya tentang pengertian pers Islam ini masih dalam kontroversi, akan tetapi secara umum setuju dengan istilah pers Islam dengan alasan secara substansial di dalam Al-Qur'an terdapat ayat yang menyatakan tentang berita (*naba*), yaitu surat Al-Hujurat (49) ayat 6. Menurut Drs. H. Yunahar Ilyas, Lc., *Nabi* berasal dari kata *na-ba-a*, artinya memberitahu. Kata *nabi* mempunyai pengertian ganda, pertama yang berarti yang mendapat berita (baca : wahyu), dan yang kedua berarti yang menyampaikan berita. Kata wahyu itu sendiri berarti *i'lam*, yang berakar dari kata *a'lama - yua'limu*, artinya memberi tahu (memberi informasi). Dalam bahasa Arab modern, kata *i'lam* berarti informasi, pers dan penerangan. Seorang Nabi, perawi dan wartawan, dari sisi "berita" pada hakekatnya mempunyai tugas yang sama yaitu sebagai pembawa berita. Oleh sebab itu seorang wartawan yang dipercaya adalah wartawan yang memiliki sifat seperti halnya sifat pada Nabi, yaitu *shidiq* (berkata benar), *amanah* (dapat dipercaya), *tabligh* (menyampaikan apa adanya) dan *fathonah* (cerdas), memiliki kepribadian yang adil, kecerdasan dan ketelitian seperti para perawi.¹⁸

¹⁷ *Ibid*, hlm. 56.

¹⁸ Yunahar Ilyas, *Nabi, Perawi dan Wartawan*, dalam Suara Muhammadiyah No. 3/77/1992, hlm. 18.

K.H. Ali Yafie, juga mengemukakan bahwa *Al-Kitab* (Al-Qur'an) yang diwahyukan kepada Rasul (Muhammad SAW) pada dasarnya menyampaikan informasi tentang Allah SWT, alam semesta / mahluk-mahluk dan tentang hari akhir / nilai keabadian hidup. Kumpulan tertulis dari semua surat / ayat (bagian / sub bagian) dari Al-Qur'an itu lazim disebut "*mushaf*". Kemudian kumpulan dari ajaran wahyu yang diturunkan disebut "*shuhuf*". Dari akar kata-kata inilah dikembangkan kata-kata "*shahifah*" dan "*shahafi*", yang di zaman modern dewasa ini diberi arti surat kabar / koran dan wartawan.¹⁹

Muktamar mass media Islam sedunia I (September 1996) di Jakarta telah berusaha merumuskan kriteria pers Islam. Dalam Muktamar tersebut rumusan tentang pers Islam disebutkan bahwa yang dikategorikan sebagai pers Islam adalah segala liputan dan tulisan lainnya yang senantiasa mendasarkan pemberitaannya atas kebenaran Islam dengan cara atau metode yang diatur oleh agama Islam, yakni *bil mau'idzah hasanah* (dengan pendekatan yang baik). Dengan kata lain, pers Islam harus selaras dengan tuntunan Islam itu sendiri, bukan sebaliknya pers Islam berada di luar metode dan aturan Islam.²⁰

Maka secara umum konsep pers Islam dapat juga didefinisikan sebagai suatu penyiaran baik tercetak maupun elektronik yang mengatasnamakan dirinya Islam, dikelola oleh umat Islam dengan

¹⁹ Rusjdi Hamka, Rafiq (edit.), *Islam dan Era Reformasi*, Cet. I, (Jakarta: Pustaka Panjimas, 1989), hlm. 253.

²⁰ H.M. Baharun, *Wawasan Jurnalistik Global*, (Surabaya: Bina Ilmu, 1999), hlm.120.

menggunakan prinsip-prinsip Islam, baik dari segi redaksional, manajemen maupun pengelolaannya. Yang dimaksud dengan prinsip Islam dalam segi redaksional adalah mengutamakan kejujuran, adil, dan kebenaran dalam mencari, mengumpul, menyusun, mengedit, sampai pada penyajian berita. Berita yang dimuatnya pun penuh dengan nuansa keislaman, artinya suatu yang dimuat dengan segala sesuatu yang berhubungan dengan keislaman dalam berbagai segi kehidupan. Sedangkan yang dimaksud dengan prinsip Islam dalam manajemen adalah adanya kepentingan yang sama antara atasan dengan bawahan yaitu: efektifitas dalam kerja, perbedaan kedudukan atau jabatan tidak menjadi penghambat dalam melakukan aktifitas kerja. Pemberian hak karyawan yang sesuai dan tepat waktu, baik secara struktural maupun fungsional, sehingga akan memberikan rasa tanggung jawab. Demikian juga dengan pemberian sanksi yang sesuai terhadap mereka yang melanggar aturan. Terakhir, yang dimaksud dengan prinsip Islam dalam segi pengelolaannya adalah melakukan perdagangan (bisnis) secara Islami, artinya tidak melakukan kecurangan apapun bentuknya dalam perdagangan (bisnis). Kalaupun ada persaingan maka itu semata-mata merupakan prinsip *fastabiqul khairat* yang menjadi landasan.

3. Jenis-Jenis Jurnalistik

Dalam meliput dan memuat suatu berita (*news* dan *views*), bagian redaksi mengacu pada Gari Besar Haluan Redaksi (GBHR). Dengan

GBHR tersebut maka bisa ditentukan jenis jurnalistik apa yang digarapnya. Dedy Djamaluddin Malik dkk. menjelaskan jenis-jenis jurnalistik / pers sebagai berikut:

- a. *Jazz Journalism*; jurnalistik yang mengacu pada pemberitaan hal-hal yang sensasional sifatnya, menggemparkan atau menggegerkan, seperti meramu gosip atau rumor.
- b. *Adversary Journalism*; jurnalistik yang membawa misi pertentangan atau permusuhan, yakni beritanya sering menentang kebijakan pemerintah atau penguasa (oposisi).
- c. *Govèrment-say-so-Journalism*; jurnalistik yang memberikan atau meliput tentang apa saja yang disiarkan oleh pemerintah layaknya koran pemerintah.
- d. *Chekbook Journalism*; jurnalistik yang untuk memperoleh bahan beritanya harus memberi uang pada sumber berita.
- e. *Alcohol Journalism*; jurnalistik yang tidak menghargai urusan pribadi seseorang atau lembaga.
- f. *Crusade Journalism*; jurnalistik yang memperjuangkan nilai-nilai tertentu, misalnya demokrasi, nilai-nilai islami atau nilai-nilai kebenaran.²¹

Dedy Djamaluddin Malik sendiri memaknai jurnalistik Islam lebih tepat dikatakan sebagai *Crusade Journalism*, yaitu jurnalistik atau pers

²¹ Dedy Djamaluddin Malik. dkk (edit.), *Komunikasi Internasional*, Cet. I, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 1993), hlm. 198.

yang memperjuangkan nilai-nilai tertentu, yakni nilai-nilai islami. Termasuk dalam jenis *Crusade Journalism* salah satunya adalah buletin dakwah yang biasanya diterbitkan oleh sebuah lembaga atau organisasi dakwah yang isinya memuat tentang nilai-nilai islami.

4. Misi Pers

Pers merupakan media penyebar informasi yang mempunyai misi ikut serta dalam mencerdaskan masyarakat dan menegakkan keadilan.²² Sebagai media yang berada di tengah-tengah masyarakat, pers harus mengutamakan kepentingan umum daripada kepentingan pribadi atau golongan tertentu (pemilik modal). Pers juga harus mampu menjalin hubungan yang baik dengan lembaga-lembaga kemasyarakatan lainnya yang ada dalam masyarakat, supaya tata kehidupan masyarakat yang adil untuk semua golongan dapat tercapai. Dalam melaksanakan tugasnya pers terkait erat dengan tata nilai sosial yang berlaku dalam masyarakat, sehingga dalam mengambil *policy*-nya pers harus sejalan dengan tuntutan berbagai nilai dan prinsip-prinsip yang sesuai dengan pendapat-pendapat umum. Berbeda dengan pers umum, pers tidak semata-mata mengemban misi mencerdaskan masyarakat dan menegakkan keadilan, namun lebih luas bagi pers Islam mengemban misi luhur *amar ma'ruf nahi munkar*,

²² Totok Djuroto, *Manajemen Penerbitan Pers*, Cet. I, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 8.

tentu langkah yang tepat dan benar, serta bijak. Terlebih bila dikaitkan dengan peran dan fungsi pers sebagai agen perubahan dalam masyarakat.²⁴

Berkaitan dengan misinya pula pers Islam setidaknya mampu berperan sebagai:

a. Pendidik (*Muaddib*)

yaitu melaksanakan fungsi *education* yang islami, pers Islam harus mampu mendidik umat Islam agar melaksanakan perintah Allah dan meninggalkan larangan-Nya, mampu mencegah umat Islam dari perilaku yang menyimpang dari syari'at Islam. Pers Islam harus mampu berperan sebagai *balance* untuk melindungi umat dari pengaruh buruk media massa non-Islami yang anti Islam.

b. Pelurus Informasi (*Musyaddid*)

Dalam hal ini, pers Islam meluruskan tiga hal yakni: *Pertama*, informasi tentang ajaran dan umat Islam, *Kedua*, informasi tentang karya-karya atau prestasi yang telah dicapai oleh umat Islam. *Ketiga*, pers Islam dituntut mampu menggali, melakukan *investigative reporting* tentang kondisi umat Islam diberbagai penjuru dunia.

²⁴ Sutirman Eka Ardhana, *Jurnalistik Dakwah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), hlm. 17,

c. Pembaharu (*Mujaddid*)

Yaitu pers Islam sebagai penyebar paham pembaharu akan pemahaman dan pengamalan ajaran Islam (reformisme Islam). Pers Islam hendaknya mampu menyerukan umat Islam untuk memegang teguh Al-Qur'an dan Al-Hadits, memurnikan pemahaman tentang Islam dan pengamalannya (membersihkan dari bid'ah, khurafat, tahayul dan isme-isme non-Islami) serta menerapkannya dalam segala aspek kehidupan umatnya.

d. Pemersatu (*Muwahid*)

Pers harus mampu menjadi jembatan yang mempersatukan umat Islam. Oleh karena itu kode etik jurnalistik (KEJ) yang berupa *impartiality* (tidak memihak pada golongan tertentu), dan *both side information* (menyajikan dua sisi dari setiap informasi) harus ditegakkan. Pers Islam harus menjauhkan diri dari sikap-sikap sektarian baik secara ideal maupun komersial yang tidak menguntungkan.

e. Pejuang (*Mujahid*)

Yaitu pejuang pembela Islam, pers Islam senantiasa membentuk pendapat umum yang mendorong penegakkan nilai-nilai Islam,

menyemarakkan syi'ar Islam, mempromosikan citra Islam yang positif dan *rahmatan lil 'alamin*.²⁵

5. Orientasi Pers

Redi Panuju membagi pers dalam dua pola orientasi yaitu: pers yang berorientasikan perjuangan dan pers yang berorientasikan bisnis.²⁶ *Pertama*, pers yang berorientasikan perjuangan artinya pers yang masih mempertahankan idealismenya sebagai alat kontrol sosial yang memperjuangkan kepentingan masyarakat. Dalam hal ini lembaga pers tidak memihak pada kepentingan pemilik modal ataupun para pengelola bisnis informasi tersebut.²⁷ Pers yang berorientasikan perjuangan senantiasa memberikan kebebasan bagi wartawan untuk menyiarkan berita berdasarkan pengetahuan, pengalaman dan etika jurnalistik untuk memenuhi kepentingan umum.²⁸ *Kedua*, pers yang berorientasikan bisnis artinya semakin berkembangnya pengelola media masa pada era reformasi saat ini mendorong sebagian pekerja pers nasional kita untuk mengelola

²⁵ *Ibid*, hlm. 88-90.

²⁶ Redi Panuju, *Sistem Komunikasi Indonesia*, Cet. I, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1987), hlm. 98.

²⁷ Sigit Tri Pambudi, *Wajah Kontrol Sosial Pers Indonesia*, Paradigma, Vol.I, No. 3 September 1997, hlm. 29.

²⁸ Redi Panuju, *Op.Cit*, hlm. 98.

media masa lebih berorientasi pada kepentingan bisnis (*profit oriented*) daripada idealisme pers.²⁹

Pers yang berorientasi bisnis lebih mengedepankan kepentingan pemilik modal dan para pengelola bisnis informasi tersebut melebihi pemenuhan kepentingan publiknya. Sehingga seringkali mereka menjadikan produk jurnalistiknya sebagai komoditas yang harus laku untuk dijual dan menghasilkan keuntungan yang relatif besar. Imbasnya pekerja pers mengesampingkan etika dan idealisme pers.³⁰

Perusahaan pers pada dasarnya merupakan perpaduan antara aspek komersial (bisnis) dan aspek ideal, keduanya saling mengait dan mengikat serta saling membutuhkan. Astrid Sutanto berpendapat bahwa betapapun luhurnya idealisme pers tetapi tanpa adanya dukungan dana yang memadai, manajemen yang baik, tenaga yang profesional dan perangkat keras yang memadai tidak akan ada artinya. Permasalahan yang terjadi adalah seberapa besar porsi aspek komersial (bisnis) dalam dunia pers Indonesia agar tetap dengan sadar mampu meletakkan dan menempatkan dirinya sebagai kekuatan perjuangan bangsa.³¹

Pers Islam sebagai pers perjuangan yang harus senantiasa menjunjung tinggi idealismenya untuk menegakkan *amar ma'ruf nahi*

²⁹ Novel Ali, *Pers Objektif, Media Pemberdayaan Masyarakat Yang Efektif*, Jurnal Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia, Vol.I/ 1998, hlm. 13.

³⁰ *Ibid*, hlm. 14.

³¹ Sigit Tri Pambudi, *Op.Cit*, hlm. 33.

munkar, dengan senantiasa menjunjung tinggi nilai-nilai, norma dan etika Islam yang di antaranya sebagai berikut:

Pertama: Memegang teguh kode etik jurnalistik (KEJ), artinya pers Islam harus bisa menggunakan kebebasan pers yang dimilikinya pada arah yang benar. Kebebasan pers tidak dipergunakan untuk distorsi fakta, melakukan profokasi atau menghina orang lain. Dalam hal menyampaikan berita harus bertujuan untuk hal-hal yang *ma'ruf*. Begitu pula dalam menerima berita tidak menerima berita begitu saja.

Dijelaskan dalam Al-qur'an yang merupakan ayat tentang pers, yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا...

(الحجرات: ٦)

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman jika telah datang kepada orang fasik dengan membawa berita, maka periksalah dengan teliti..."³²

Kedua: Bersikap objektif terhadap semua masalah yang dihadapi. Pers Islam harus memegang teguh objektivitas.

Ketiga: Pers Islam harus mampu mempunyai tiga fungsi; pers Islam harus menjadi penyeimbang antara kepentingan masyarakat dengan kepentingan pribadi, sebagai *watch dog* artinya pers Islam harus

³² Departemen Agama, *Op. Cit*, Al-Hujurat (49): 6.

bersifat investigative terhadap segala penyelewengan dan ketidakbenaran, pers Islam harus menjadi kontrol moral masyarakat.³³

Namun seperti yang diungkapkan Astrid Sutanto bahwa tanpa adanya tiga aspek penunjang perjalanan pers tersebut, maka apa yang disebut dengan idealisme hanya sekedar slogan belaka. Agaknya pers Islam juga harus mempertimbangkan ungkapan tersebut. Sudah saatnya pers Islam menjadikan pers sebagai lahan usaha, pers Islam jangan dianggap sebagai tempat perjuangan saja, jangan hanya *lillahi ta'ala* artinya harus ada produksi marketing sampai pada tingkat ekspansi.³⁴

Iklan sebagai sumber dana yang sangat berperan, sepertinya juga harus mendapat perhatian lebih dari pers Islam. Selama ini pers Islam belum banyak menarik perhatian periklanan untuk mengiklankan barangnya pada pers Islam. Padahal iklan dapat menghasilkan dana yang cukup besar. Sehingga dengan dana yang besar tersebut pers Islam mampu merekrut sumber daya manusia yang handal dan profesional, serta mampu membayar honor para penulis dengan bayaran yang relatif tinggi. Inilah yang menjadi kunci keberhasilan dari perusahaan pers.³⁵

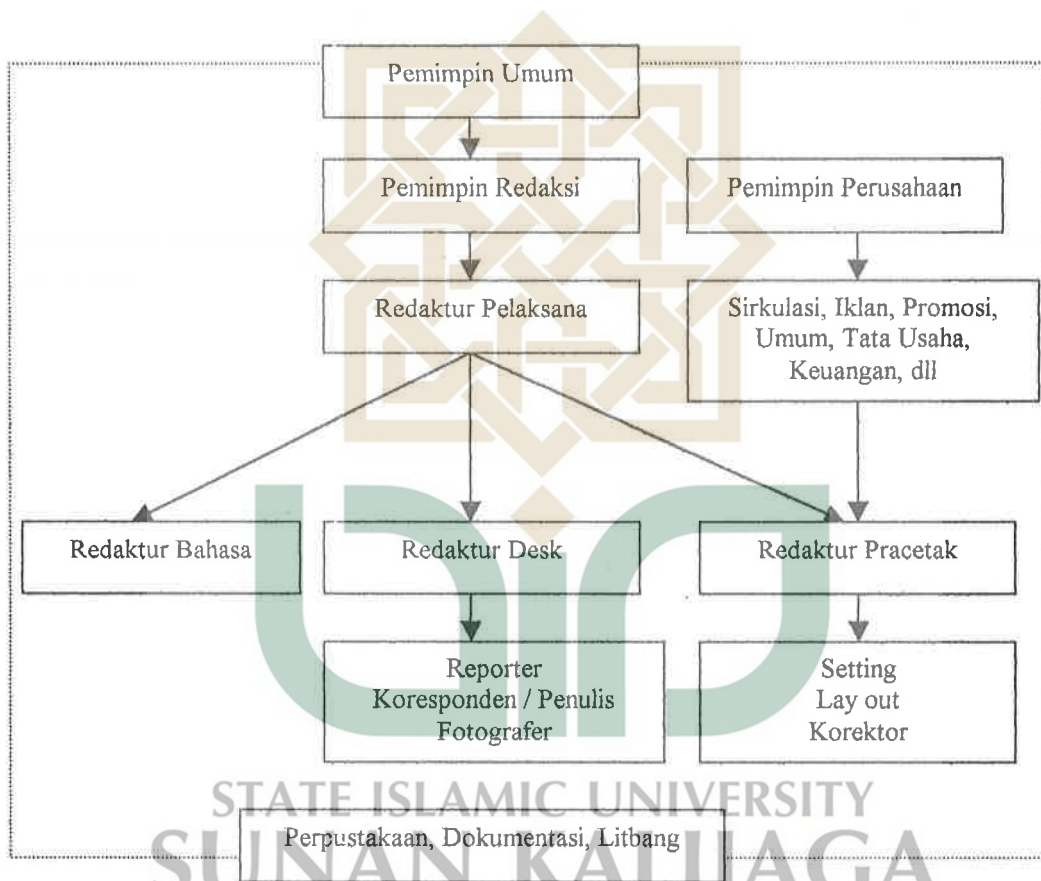
³³ Amien Rais, *Membangun Pers Islam*, Jurnal Perspektif Edisi Khusus Majalah Wahana, No.05 / IKADA / tahun III / 1997, hlm. 41.

³⁴ *Ibid.*

³⁵ Hamdan Daulay, *Pasang Surut Pers Islam Indonesia, Tinjauan Dari Aspek Dakwah*, Jurnal Dakwah, No.01 / Tahun I / Juli-Desember 2000, hlm. 33.

c. Gambaran Kerja Redaksional

Secara umum kerja redaksional sebuah pers digambarkan melalui bagan berikut ini:³⁸



Sebuah organisasi pers diketuai oleh pemimpin umum, ada pula pemimpin umum merangkap menjadi pemimpin redaksi. Kedudukan pemimpin redaksi ini sejajar dengan pemimpin perusahaan. Bedanya pemimpin redaksi bertanggung jawab penuh atas sisi idealisme sebuah

³⁸ *Ibid*, hlm. 78.

pers yakni yang menyangkut visi, misi, dan isi sebuah pers, sedangkan pemimpin perusahaan bertanggung jawab atas sisi komersial sebuah organisasi pers.

Dalam hal teknis pemimpin redaksi melimpahkan tanggung jawabnya kepada redaktur pelaksana. Dalam menjalankan tugasnya redaktur pelaksana dibantu oleh beberapa redaktur yang terbagi dalam redaktur bahasa, redaktur desk, dan redaktur pracetak. Pemimpin perusahaan juga memegang peranan penting dalam sebuah organisasi pers. Pemimpin perusahaan membawahi bagian sirkulasi, iklan, promosi, umum, tata usaha, keuangan dan lain-lain. Bagian yang tak kalah pentingnya dalam membantu kelancaran kerja redaksi adalah bagian perpustakaan, dokumentasi, bagian penelitian dan pengembangan (litbang). Litbang ini yang memantau perkembangan sebuah penerbitan termasuk pembinaan atau pengembangan kualitas sumber daya manusia.

d. Kunci Sukses Eksistensi Sebuah Media

Eksistensi sebuah media biasanya ditentukan oleh:

- 1) *Product*, yakni kualitas media yang meliputi rubrikasi isi berita, *Lay out* atau *setting* dan sebagainya yang dapat menarik dan dibaca oleh orang.
- 2) *Promotion*, yaitu upaya sebuah media untuk menarik minat orang agar membeli dan membaca (berlangganan).

- 3) *Please*, yaitu kualitas pelayanan media dalam hal ini bagian sirkulasi, yang memudahkan orang mendapatkan media yang bersangkutan.
- 4) *Price*, yaitu yang berkaitan dengan harga sebuah media.

Sedangkan kunci sukses sebuah media dapat dirumuskan dalam tiga kerangka dasar yaitu:

- 1) Sehat sumber daya manusia (SDM), yaitu kualitas dan profesionalan tenaga-tenaga sebuah media.
- 2) Sehat manajemen, yaitu manajemen media tersebut dilakukan dengan baik, terencana, terarah dan terkendali.
- 3) Sehat sarana, yaitu terpenuhinya sarana atau segala fasilitas yang diperlukan bagi kelancaran kerja suatu media.³⁹

7. Tinjauan Umum Tentang Strategi

Sekiranya telah banyak kita ketahui bahwa istilah strategis bersumber dari kalangan militer dan secara populer sering dinyatakan sebagai “kiat yang sering digunakan oleh para Jenderal untuk memenangkan suatu peperangan”. Dewasa ini istilah strategis sudah digunakan oleh semua jenis organisasi, dan ide-ide pokok yang terdapat

³⁹ *Ibid*, hlm. 73-74.

dalam pengertian yang semula dipertahankan hanya saja aplikasinya disesuaikan dengan jenis organisasi yang menerapkannya.⁴⁰

Strategi merupakan faktor yang paling penting dalam berbagai hal guna mencapai tujuan yang telah direncanakan. Tujuan tidak akan mudah dicapai tanpa adanya strategi, karena pada dasarnya segala tindakan atau perbuatan tidak terlepas dengan apa yang disebut strategi. Strategi yang dirumuskan haruslah strategi yang benar-benar menawarkan alternatif pemecahan, tidak hanya dalam dataran konseptual melainkan juga dalam dataran operasional. Sebab menurut Soejono Soekanto, strategi merupakan suatu prosedur yang mempunyai alternatif-alternatif pada setiap langkahnya.⁴¹

Hal tersebut juga sejalan dengan apa yang diuraikan Onong Uchjana Effendy, bahwa strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planing*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan, akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi hanya sebagai peta jalan yang menunjukkan arah saja melainkan harus pula mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.⁴² Demikian pula halnya dengan strategi pada Buletin Dakwah Wa Islama dalam mengemban misi dan orientasinya, ia harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dan dapat dilaksanakan.

⁴⁰ Sondang P. Siagian, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 1995), hlm. 15.

⁴¹ Soerjono Soekanto, *Kamus Sosiologi*, (Jakarta: PT. Rajawali Press, 1983), hlm. 349.

⁴² Onong Uchjana Effendy, *Op. Cit*, hlm. 35.

Strategi yang disusun, dikonsentrasikan, dan dikonsepsikan dengan baik dapat membuahkan suatu pelaksanaan, yang menurut Drs. H. Hisyam Alie disebut sebagai strategi yang strategis.⁴³ Suatu strategi harus merupakan suatu analisis yang tepat tentang kekuatan yang dimiliki oleh suatu organisasi, kelemahan yang mungkin melekat pada dirinya, berbagai peluang yang mungkin timbul dan harus dimanfaatkan serta ancaman yang diperkirakan akan dihadapi. Dengan analisis yang tepat dan benar, berbagai alternatif yang dapat ditempuh akan terlihat.⁴⁴ Drs. H. Hisyam Alie merumuskan semua hal itu menjadi:

- 1) *Strenght* (kekuatan) yaitu memperhitungkan kekuatan yang dimiliki. Biasanya menyangkut manusianya, dananya, dan beberapa piranti lainnya yang dimiliki.
- 2) *Weakness* (Kelemahan) yaitu memperhitungkan pula kelemahan-kelemahan yang mungkin dimiliki sebagaimana halnya dengan kekuatan yang dimiliki.
- 3) *Opportunity* (peluang) yaitu seberapa besar peluang yang mungkin tersedia.
- 4) *Threats* (ancaman) yaitu memperhitungkan kemungkinan-kemungkinan adanya ancaman dari luar.⁴⁵

⁴³ Rafi'uddin dan Maman Abdul Jaliel, *Prinsip dan Strategi Dakwah*, (Bandung: Pustaka Setia, 1997), hlm. 77.

⁴⁴ Sondang P. Siagan, *Op. Cit*, hlm. 16.

⁴⁵ Rafi'uddin dan Maman Abdul Jaliel, *Op. Cit*, hlm. 29.

Dalam teori komunikasi strategi yang disusun haruslah memperhatikan komponen-komponen komunikasi dan faktor-faktor yang mendukung serta menghambat pada setiap komponen tersebut. Hal ini dimaksud agar tersusun suatu strategi yang baik dan matang. Oleh karena itu agar strategi Buletin Dakwah Wa Islama dalam mengemban misi dan orientasinya dapat tersusun dengan baik dan matang, dapat dilakukan juga dengan menganalisis komponen-komponen pers dengan menggunakan analisis SWOT tersebut diatas

H. Metode Penelitian

Kata “metode” berasal dari bahasa Yunani “*methodos*” yang mempunyai arti jalan atau cara. Dalam kaitannya dengan penelitian, maka metode penelitian adalah cara kerja yang berdasarkan disiplin ilmiah untuk mengumpulkan, menganalisis dan menginterpretasi fakta-fakta.⁴⁶

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini mengacu pada penelitian *deskriptif kualitatif*, yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan. Kesimpulan yang diberikan selalu jelas, sehingga semuanya selalu dapat dikembalikan langsung pada

⁴⁶ Koentjaraningrat, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*, Cet. IV, (Jakarta: PT. Gramedia, 1981), hlm. 16.

data yang diperolehnya, yang bertujuan menggambarkan fakta secara sistematis dan akurat.⁴⁷

Adapun yang penulis jadikan sebagai subjek penelitian dalam penulisan ini adalah:

- a) Pengurus Keluarga Alumni Jama'ah Shalahuddin (KAJASHA) Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- b) Dewan Redaksi Buletin Dakwah Wa Islama.

Sedangkan yang menjadi objek penelitian dalam penulisan ini adalah misi dan orientasi Buletin Dakwah Wa Islama sebagai salah satu bentuk pers Islam serta strategi Buletin Dakwah Wa Islama dalam mengemban misi dan orientasinya.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dimaksud dalam skripsi ini adalah metode yang dipakai penulis untuk memperoleh data dan informasi dari sumbernya.

Adapun metode yang dipakai untuk memperoleh data dalam penelitian ini adalah:

- a. Metode Interview

Dari segi terminologi "*interview*" mengandung pengertian segala kegiatan menghimpun (mencari) data / informasi, dengan jalan

⁴⁷ Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), hlm. 7.

melakukan tanya jawab lisan secara bertatap muka (*face to face*), dengan siapa saja yang diperlukan.⁴⁸ Interview ini akan penulis tujukan kepada informan dan beberapa responden.

Adapun yang dijadikan informan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Pengurus Keluarga Alumni Jama'ah Shalahuddin (KAJASHA) Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- 2) Dewan Redaksi Buletin dakwah Wa Islama.

Sedangkan responden dari penelitian ini adalah beberapa agen dari pemasaran Buletin Dakwah Wa Islama.

Secara fisik interview dapat dibedakan interview terstruktur dan interview tidak terstruktur.⁴⁹ Interview tidak terstruktur juga dapat dibedakan secara lebih khusus lagi dalam dua golongan yaitu interview yang terfokus dan interview bebas (tidak terfokus).⁵⁰

Suatu interview disebut interview bebas apabila interview tersebut dilaksanakan tanpa adanya aturan-aturan atau kerangka-kerangka tertentu yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Dengan demikian maka pada interview bebas pewawancara dengan leluasa dapat mengajukan pertanyaan yang dianggap perlu dan ada hubungannya dengan penelitiannya. Pertanyaan-pertanyaan yang

⁴⁸ *Ibid*, hlm. 74.

⁴⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktik*, Cet. II, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1998), hlm. 145.

⁵⁰ Koentjaraningrat, *Op. Cit*, hlm. 175.

diajukan kepada informan dilakukan secara spontan tanpa terpaku pada daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya.⁵¹

Interview dalam bentuk ini membentuk suasana santai, sehingga dengan suasana santai tersebut responden tidak menyadari sepenuhnya bahwa ia sedang diwawancarai. Diharapkan juga dengan suasana santai tersebut data yang diperoleh akurat.

Melihat kelebihan yang dimilikinya, maka dalam usaha memperoleh data dan informasi dari sumber data, penulis menggunakan interview tidak terstruktur dan bebas. Metode interview ini penulis gunakan untuk memperoleh data tentang misi yang diemban oleh Buletin Dakwah Wa Islama sebagai salah satu bentuk pers Islam dan data yang berkaitan dengan misi tersebut seperti data tentang strategi, sasaran dan gambaran kerja redaksional. Metode interview ini juga penulis gunakan untuk memperoleh data-data tentang orientasi Buletin Dakwah Wa Islama.

b. Metode Dokumenter

Metode dokumenter digunakan dalam rangka memperoleh data yang dengan melihat dokumen yang ada hubungannya dengan penelitian ini antara lain catatan-catatan dan buku.⁵² Dalam penelitian

⁵¹ Dudung Abdurrahmar, *Pengantar Metodologi Penelitian dan Penelitian Karya Ilmiah*, Cet. I, (Yogyakarta: IFFA Press, 1998), hlm. 79.

⁵² Suharsimi Arikunto, *Op. Cit*, hlm. 202.

ini penulis juga menggunakan dokumen lain seperti lembaran Buletin Dakwah Wa Islama. Metode dokumenter ini penulis gunakan untuk memperoleh data tentang misi dan orientasi Buletin Dakwah Wa Islama serta untuk memperkuat data dalam penelitian ini.

c. Metode Observasi

Observasi yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang akan diteliti.⁵³ Metode observasi ini penulis gunakan untuk mengamati secara tidak langsung praktek-praktek yang terkait dengan Buletin Dakwah Wa Islama, yang selanjutnya diperlukan sebagai bahan konsistensi data sebagaimana yang diperoleh dari wawancara. Praktek-praktek tersebut seperti kegiatan pracetak dan cetak Buletin Dakwah Wa Islama serta sirkulasinya.

3. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan konsep penting yang diperlukan untuk pengecekan data, konsep validitas dan reliabilitas yang disesuaikan dengan tuntunan pengetahuan, kriteria dan paradigma sendiri. Karena dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk meningkatkan kepercayaan datanya maka penulis menggunakan teknik keabsahan data dengan cara triangulasi, yaitu pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu dari luar atau dari sumber lain untuk

⁵³ Sutrisno Hadi, *Metodologi Reseach II*, Cet. 14, (Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM, 1984), hlm. 136.

keperluan pengecekan atau pembanding terhadap data yang telah ada. Berguna untuk membandingkan atau mengecek kembali kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda. Hal ini dapat dilakukan dengan cara:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- b. Membandingkan data hasil wawancara dengan isi dalam suatu dokumen.

4. Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan dengan jalan data dikumpulkan dan diklasifikasikan.⁵⁴ Metode analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah analisis isi (*Content Analysis*) yang dijelaskan dengan deskriptif kualitatif. Analisis ini dipergunakan untuk menganalisis bentuk-bentuk komunikasi seperti surat kabar, buku, puisi, lagu, musik, teater, cerita rakyat, lukisan, pidato, surat, undang-undang dan sebagainya.⁵⁵

Sedangkan metode deskriptif kualitatif,⁵⁶ yaitu digambarkan dengan data-data atau kalimat, maksudnya setelah data penulis dikumpulkan kemudian diedit dan disusun berdasarkan urutan

⁵⁴ *Ibid*, hlm. 136.

⁵⁵ Jalalludin Rahmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT. Rosdakarya Offset, 1984), hlm. 89.

⁵⁶ Suharsimi Arikunto, *Op. Cit*, hlm. 202.

pembahasan yang telah direncanakan. Selanjutnya penulis melakukan interpretasi secukupnya dalam usaha memahami kenyataan yang ada untuk menarik kesimpulan.

Metode analisis isi (*Content Analysis*) yang dijelaskan dengan deskriptif kualitatif yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis bentuk komunikasi yakni media cetak yang terbit tiap mingguan yang berupa Buletin Dakwah Wa Islama.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dengan mengacu pada datum dan pembahasan tentang misi dan orientasi Buletin Dakwah Wa Islama, maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut :

1. Buletin Dakwah Wa Islama adalah termasuk salah satu pers Islam yang berorientasikan perjuangan (*Crusade Journalism*), yakni jurnalistik yang mempunyai orientasi untuk memperjuangkan nilai-nilai Islam, dan merupakan salah satu pers yang membawa misi *amar ma'ruf nahi munkar*, menyerukan umat Islam kepada keindahan ajaran Islam dengan meningkatkan pemahaman dan kesadaran mereka bahwa agama Islam itu mudah lagi indah untuk diamalkan dan secara implisit membawa misi KAJASHA membantu program pemerintah dalam bidang pendidikan dan pengembangan sumber daya manusia, guna meningkatkan kesejahteraan umum, penelitian serta penerbitan. Misi pers Islam yakni *amar ma'ruf nahi munkar* adalah yang tertuang dalam Al-Qur'an surat Ali Imran ayat 110. Misi tersebut sangat sinkron dengan misi yang diemban oleh Buletin Dakwah Wa Islama. Misi yang berupa konsep dakwah *amar ma'ruf nahi munkar* tersebut,

kemudian diaktualisasikan melalui artikel-artikel yang bernuansa dakwah, yaitu untuk:

- a. Mendidik masyarakat agar bertambah pengetahuannya dan cakrawala pemikiran keislamannya.
- b. Meluruskan informasi yang *beased* Islam dan keluar dari koridor keislaman yang murni.
- c. Menyebarkan paham pembaharuan akan pemahaman dan pengamalan ajaran Islam serta memurnikan ajaran Islam.
- d. Menumbuhkan dan meningkatkan *ukhuwah islamiyah* di kalangan umat Islam khususnya dan seluruh umat manusia pada umumnya.
- e. Memperjuangkan nilai-nilai Islam, demi tegaknya syari'at Islam di muka bumi ini.

Dalam penyampaian pesan-pesan dakwah (pemberitaan) pada Buletin Dakwah Wa Islama sudah tergolong beragam, sehingga semua aspek pengetahuan yang meliputi masalah religius, ekonomi, sosial, kultur dan politik sudah mendapat porsi dalam penerbitan lembar buletin, walaupun secara kuantitas masalah religius mendapat porsi yang lebih banyak.

2. Buletin Dakwah Wa Islama berorientasikan pada perjuangan yang dikelola dengan non-profit. Buletin Dakwah Wa Islama tetap teguh memegang idealismenya dengan berusaha menjunjung tinggi nilai-nilai norma dan etika Islam dengan memegang teguh kode etik jurnalistik, berusaha bersifat objektif dan senantiasa menjaga moral

masyarakat. Buletin Dakwah Wa Islama lebih mengutamakan idelismenya sebagai pers perjuangan (*lillahi ta'ala*), akan tetapi juga berusaha untuk mendapatkan keuntungan sebagai modal (dana) dalam menunjang langkah selanjutnya yang diperoleh dari hasil produksi marketing dan iklan yang masuk. Adapun keuntungan yang diperoleh dari penjualan oplah apabila dikalkulasikan secara materi sangat sedikit sekali, sehingga belum masuk dalam kategori semi profit atau bahkan profit. Oleh karena itu Buletin Dakwah Wa Islama adalah termasuk lembaga penerbitan pers yang bersifat non-profit.

B. Saran-saran

1. Pers Islam (terutama Buletin Dakwah Wa Islama) hendaknya lebih mengedepankan orientasi perjuangan, yaitu dalam memperjuangkan nilai-nilai dan ajaran Islam dan selalu konsisten dengan ciri khasnya sebagai lembaga penerbitan non-profit. Orientasi bisnis yang lebih mengedepankan kepentingan pemilik modal dan pengelola bisnis informasi (komersial), sehingga mengalahkan kepentingan publik dan nilai-nilai perjuangan yang diembannya (*idealisme*) harus dihindarkan.

Untuk menghindari ketatnya persaingan media saat ini, pers Islam hendaknya mengimbangi dengan usaha-usaha sebagai berikut:

Pertama: Senantiasa berusaha menentukan ekspansi pasar dan memperluas jaringan untuk menaikkan jumlah produksi oplah.

Kedua: Pers Islam hendaknya lebih cepat dan tepat dalam mengelola iklan, mengingat iklan merupakan sumber utama keuangan perusahaan penerbitan pers.

Ketiga: Pers Islam hendaknya senantiasa berusaha untuk meningkatkan manajemen persnya, sehingga sebuah perusahaan penerbitan pers tersebut mampu bertahan dan eksis dalam mengemban misi dan orientasinya.

2. Hendaknya Buletin Dakwah Wa Islama memberikan peluang yang sebesar-besarnya kepada para penulis luar untuk mengaktualisasikan pemikirannya lewat lembar buletin, dan tidak terpaku pada para penulis dari dalam serta sekaligus untuk bisa berdakwah melalui media cetak.
3. Terakhir, pers Islam sebagai media komunikasi massa religius (islami) hendaknya mampu memerankan diri sebagai media cetak dan corong kemajuan bangsa. Artinya, mampu berfungsi sebagai sumber informasi objektif-positif, kontrol sosial konstruktif, penyalur aspirasi masyarakat atau penyambung kehendak dan minat masyarakat, serta sebagai mobilisator dan dinamisator pembangunan bangsa.

C. Kata Penutup

Alhamdulillah segala puji syukur kehadiran Allah SWT Sang Pemilik Kesempurnaan Hakiki. Meski melalui rentang waktu yang cukup panjang dan keterbatasan yang penulis miliki, akhirnya atas kemurahanNya-lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini meski jauh dari sempurna. Sebagai proses penyempurnaan skripsi ini penulis sangat mengharapkan kritik dan saran konstruktif bahkan tulisan lain yang dapat membuat skripsi ini jauh lebih baik. Selanjutnya penulis berharap, semoga metode dakwah melalui media cetak khususnya yang berupa buletin dapat berkembang dengan pesat dan mencapai hasil yang maksimal.

Akhirnya, hanya ucapan terima kasih yang dapat penulis sampaikan atas semua bantuan dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis pribadi khususnya dan pembaca umumnya. Amin...



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Dudung, *Pengantar Metodologi Penelitian dan Penelitian Karya Ilmiah*, Cet. I, Yogyakarta: IFFA Press, 1998.
- Al-Barry, M, Dahlan, A. Partanto, Pius, *Kamus Istilah Populer*, Surabaya: ARKOLA, tt.
- Ali, Novel, *Pers Objektif, Media Pemberdayaan Masyarakat Yang Efektif*, Jurnal Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia, Vol.I / 1998.
- Amin, Nurul, Mazhab, *Mengembangkan Visi dan Keterbukaan Pers Islam*, Pelita, No.6642 tahun XXII, (Rabu, 3 mei 1995), kolom 8/1.
- Amir, Mafri, *Etika Komunikasi Massa dalam Pandangan Al-Qur'an*, Jakarta: Logos, 1999.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktik*, Cet. II, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1998.
- Assegaf, H, Dja'far, *Jurnalistik Masa Kini; Pengantar Ke Praktik Kewartawanan*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1985.
- Azwar, Syafuddin, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998.
- Baharun, M, *Wawasan Jurnalistik Global*, Surabaya: Bina Ilmu, 1999.
- Daulay, Hamdan, *Pasang Surut Pers Islam Indonesia, Tinjauan Dari Aspek Dakwah*, Jurnal Dakwah, No.01 / Tahun I / Juli-Desember 2000.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Yogyakarta: Balai Pustaka, 1998.
- Djuroto, Totok, *Manajemen Penerbitan Pers*, Cet. I, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000.
- Effendy, Uchjana, Onong, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*, Cet. II, Bandung: PT. Rosdakarya Offest, 1997.
- Hadi, Sutrisno, *Metodologi Reseach II*, Cet. 14, Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM, 1984.
- Hamka, Rusjdi, Rafiq, *Islam dan Era Reformasi*, Cet. I, Jakarta: Pustaka Panjimas, 1989.
- H.S, Lasa, *Kamus Istilah Perpustakaan*, Cet. I, Yogyakarta: Gadjah Mada Press, 1990.

Herry, Muhammad, *Jurnalistik Islam; Tanggungjawab Moral Wartawan Muslim*, Surabaya: Pustaka Progresif, 1992.

Ilyas, Yunahar, *Nabi, Perawi dan Wartawan*, Suara Muhammadiyah No. 3/77/1992.

Jaliel, Abdul, Maman, Rafi'uddin, *Prinsip dan Strategi Dakwah*, Bandung: Pustaka Setia, 1997.

Koentjaraningrat, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, Cet. 4, Jakarta: PT. Gramedia, 1981.

Malik, Djameluddin, Dedy, dkk, *Komunikasi Internasional*, Cet. I, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1993.

Pambudi, Tri, Sigit, *Wajah Kontrol Sosial Pers Indonesia*, Paradigma, Vol.I, No. 3 September 1997.

Panuju, Redi, *Sistem Komunikasi Indonesia*, Cet. I, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1987.

Rahmat, Djalalludin, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: PT. Rosdakarya Offest, 1984.

-----*Dakwah dan Komunikasi Massa; Koperasi atau Konfrontasi*, Bandung: PT. Rosdakarya, 1997.

Rais, Amien, *Membangun Pers Islam*, Jurnal Perspektif Edisi Khusus Majalah Wahana, No.05 / IKADA / tahun III / 1997.

Romli, M, Syamsul, Asep, *Jurnalistik Praktis*, Cet. I, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1999.

Said, Tribuana, *Sejarah Pers Nasional dan Pembangunan Pers Pancasila*, Jakarta: Masagung, 1998.

Siagian, P, Sondang, *Manajemen Strategi*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 1995.

Soekanto, Soerjono, *Kamus Sosiologi*, Jakarta: PT. Rajawali Press, 1983.

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