

**DAKWAH LEWAT MEDIA CETAK**  
(Studi Atas Peluang dan Tantangan Dakwah Pada Majalah Kuntum )



Diajukan Kepada Fakultas Dakwah  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Strata Satu dalam Bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh:  
**RINI WIDYASTUTI**  
01210608

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**  
**FAKULTAS DAKWAH**  
**UIN SUNAN KALIJAGA**  
**YOGYAKARTA**  
**2006**

**Okrisal Eka Putra Lc, M. Ag**  
Dosen Fakultas Dakwah  
UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta

**NOTA DINAS**

Hal : Skripsi  
Saudara Rini Widyastuti

Kepada  
Yth. Bapak Dekan Fakultas Dakwah  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan menyarankan perbaikan  
seperlunya, maka menurut kami skripsi saudara :

Nama : Rini Widyastuti  
NIM : 01210608  
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam  
Judul : “Dakwah Lewat Media Cetak (Studi Atas Peluang dan  
Tantangan Dakwah Pada Majalah Kuntum)”  
Sudah siap untuk dimunaqasyahkan.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 10 Juli 2006  
Pembimbing

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

  
**Okrisal Eka Putra Lc, M. Ag**  
NIP. 150316229



DEPARTEMEN AGAMA RI  
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
**FAKULTAS DAKWAH**  
Jl. Marsda Adisucipto, Telepon (0274) 515856 Fax (0274) 552230  
Yogyakarta 55221

## PENGESAHAN

Nomor : UIN.02/DD/PP.00.9/1054/2006

Skripsi dengan judul :

**DAKWAH LEWAT MEDIA CETAK  
(STUDI ATAS PELUANG DAN TANTANGAN DAKWAH PADA MAJALAH KUNTUM)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

RINI WIDYASTUTI

NIM : 01210608

Telah dimunaqosyahkan pada :

Hari : Selasa

Tanggal : 09 Mei 2006

Dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga

### **SIDANG DEWAN MUNAQOSYAH**

Ketua Sidang

Drs.H.Affif Rifai,MS

NIP. 150222293

Sekretaris Sidang

Dra.Evi Septiani,TH.M.Si

NIP. 150252261

Pembimbing/Penguji I

H.Okrisal Eka Putra.Lc.M.Ag

NIP. 150316229

Penguji II

Drs.Moh Sahlan.M.Si

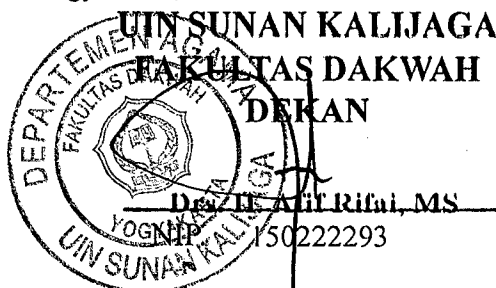
NIP. 150260462

Penguji III

Drs.Hamdan Daulay.M.Si

NIP. 150269255

Yogyakarta, ....29.Juni.2006.....



## MOTTO

اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ (١) خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ (٢) اقْرَأْ وَرَبُّكَ

الْأَكْرَمُ (٣) الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ (٤) عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ (٥)

Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu Yang menciptakan,  
Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah,  
dan Tuhanmulah Yang Maha Pemurah, Yang mengajar (manusia)  
dengan perantaraan kalam. Dia mengajarkan kepada manusia  
apa yang tidak diketahuinya. (QS. Al-'Alaq 1 - 5)\*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
*Write and read is the key of science*

---

\* Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya (Surabaya 2000)

**PERSEMBAHAN**

*Skripsi ini dipersembahkan kepada,*

*Ayah dan Bunda Tercinta...*

*Tanpa Ayah dan Bunda aku bukan apa-apa...*

*Do'a dan Ridlo Ayah dan Bunda jadikan aku siapa...*

*Adinda Tersayang ...*

*Motivasi Adinda jadikan aku berani...*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

*Assalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah membukakan hati dan pikiran dari segala kegelapan dan kebutaan. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hanya dengan segala rahmad dan hidayah-Nya. Dan hanya kepada junjungan Nabi Muhammad Saw sholawat serta salam selalu kami sanjungkan atas segala sabdanya mengiringi karya ini.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak dekan Fakultas Dakwah Drs. Afif Rifa'I MS beserta staf yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Okrisal Eka Putra Lc. M. Ag, selaku Pembimbing yang telah memberikan petunjuk dan membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Hamdan Daulay M. Si, selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Keluarga tercinta Ayah dan Bunda serta Adinda tersayang yang selalu mendo'akan dan memberikan motivasi selama kuliah hingga akhir.
5. Sahabatku Dewi Masitoh yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Teman-temanku Muslihah, Ana, Retno, Dhani dan teman-teman KPI C atas kebersamaan, dorongan dan bantuan kalian dalam penyusunan skripsi ini.

7. Sahabat-sahabatku yang lain terimakasih atas apa yang telah diberikan dalam rangka membantu penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya masih banyak kekurangan dan kelemahan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat konstruktif penulis harapkan demi terwujudnya skripsi yang baik.

Harapan penulis, skripsi ini dapat menambah wawasan keilmuan bagi penulis sendiri dan semua pihak serta menambah khazanah keilmuan di bidang dakwah.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 10 Juli 2006

Penulis,

Rini Widyastuti  
01210608



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Nota Dinas .....	ii
Halaman Pengesahan .....	iii
Motto.....	iv
Persembahan .....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi .....	viii
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A. Penegasan Judul .....	1
B. Latar Belakang .....	2
C. Rumusan Masalah .....	8
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Kegunaan Penelitian.....	9
F. Kajian Pustaka.....	9
G. Kerangka Teori.....	11
H. Metode Penelitian.....	32
I. Sistematika Pembahasan .....	36
<b>BAB II. GAMBARAN UMUM MAJALAH KUNTUM</b>	
A. Sejarah dan Perkembangannya.....	38
B. Tujuan Penerbitan.....	45
C. Sasaran Pembaca .....	47



D. Struktur Organisasi dan Pengurus .....	49
E. Kegiatan Redaksi.....	55
BAB III. ANALISIS PELUANG DAN TANTANGAN DAKWAH	
MAJALAH KUNTUM	
A. Upaya Penyediaan Informasi Keislaman .....	60
B. Konsultasi Majalah Kuntum Lewat Surat .....	73
C. Peluang dan Tantangan Majalah Kuntum .....	75
BAB IV. KESIMPULAN, SARAN DAN PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	84
B. Saran.....	86
C. Penutup.....	87
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Penegasan Judul

Skripsi ini berjudul Dakwah Lewat Media Cetak (Studi Atas Peluang dan Tantangan Dakwah pada Majalah Kuntum). Untuk menghindari adanya kemungkinan pembahasan yang melebar dan kesalahan dalam memberikan penafsiran atas judul skripsi ini maka penulis memandang perlu memberikan pembatasan dalam penegasan arti kata-kata yang terkandung dalam judul tersebut di atas.

#### a. Dakwah Lewat Media Cetak

Yang dimaksud dakwah di sini adalah upaya Majalah Kuntum dalam memberikan atau menyediakan informasi keislaman melalui berbagai bentuk tulisan dengan Majalah Kuntum sebagai mediana.

#### b. Peluang

Menurut kamus umum Bahasa Indonesia, kata peluang berarti kesempatan.<sup>1</sup> Adapun maksud dari peluang dalam skripsi ini adalah kesempatan Majalah Kuntum dalam memberikan atau menyediakan informasi keislaman kepada para pelajar dan remaja di seluruh tanah air.

#### c. Tantangan

Dalam kamus umum Bahasa Indonesia, kata tantangan berarti sesuatu yang menggugah semangat untuk melakukannya<sup>2</sup>. Dalam hal ini tantangan yang

---

<sup>1</sup> Jusuf Syarief Badudu, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, hlm. 1027

<sup>2</sup> *Ibid.* hlm. 1433

dimaksud adalah segala usaha yang dilakukan dalam berlomba untuk terus mencari sasaran pembaca Majalah Kuntum dalam jumlah yang besar.

d. Majalah Kuntum

Majalah Kuntum adalah majalah pelajar dan remaja yang diterbitkan oleh Pimpinan Pusat Ikatan-Remaja Muhammadiyah pada tahun 1976 dengan jadwal terbit sebulan sekali dan hari edar pada minggu pertama.<sup>3</sup>

Berdasarkan penjelasan dan penegasan istilah yang dikemukakan, maka maksud dari judul skripsi ini adalah bagaimana peluang atau kesempatan Majalah Kuntum dalam memberikan atau menyediakan informasi keislaman sebagai bentuk dakwahnya kepada para pelajar dan remaja di seluruh tanah air dan bagaimana tantangannya untuk terus mencari pembaca Majalah Kuntum dalam jumlah yang besar.

## B. Latar Belakang

Saat ini perkembangan media khususnya informasi dan komunikasi telah mengalami kemajuan. Bagaimana tidak, perkembangan teknologi media dari yang sederhana sampai tercanggih dan modern dapat kita temukan. Awalnya manusia berkomunikasi secara lisan kemudian melalui tulisan, audio, visual dan audio-visual. Yana masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan. Dari perkembangan teknologi yang demikian tentu diperlukan suatu langkah-langkah yang cermat, kreatif dan positif agar tidak menjadi kelompok yang tertinggal.

---

<sup>3</sup> Hasil Wawancara dengan Pimpinan Umum Majalah Kuntum, Bpk. Sutrisno tanggal 28 November 2005

Kemajuan teknologi ternyata memiliki peranan dan pengaruh bagi masyarakat dalam membawa perilaku ekonomi, budaya dan politik bagi suatu bangsa ke arah perkembangan dan kemajuan masa depan. Terlebih lagi dalam kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Revolusi informasi dan komunikasi yang terjadi telah melahirkan peradaban baru yang berdampak mudahnya masyarakat untuk saling berhubungan, untuk saling mencari dan menerima informasi. Dirasakan memang kehadiran informasi telah menjadi kebutuhan masyarakat.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mampu melahirkan berbagai media dalam mempermudah mendapatkan informasi. Salah seorang pakar komunikasi Abdul Muis, dalam tulisannya di majalah analisis CSIS (1991) menyebutkan, "kemajuan teknologi komunikasi dan informasi menghadirkan aneka ragam saluran (media) yang kian canggih dan memungkinkan segala macam kejadian."<sup>4</sup>

Adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang beragam dan mampu melahirkan berbagai media ini tidak membuat teknologi penulisan menjadi mandeg. Malah sebaliknya teknologi penulisan akan semakin berkembang dan tidak mudah lekang, apalagi saat ini ketika kran di buka kebebasan membuka penerbitan di buka lebar setelah reformasi.<sup>5</sup> Menjadikan semakin banyaknya media cetak (surat kabar dan majalah) yang muncul. Dengan demikian masyarakat dapat secara bebas memilih media yang disukainya dalam memperoleh informasi.

---

<sup>4</sup> Wawan Kusnadi, *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Media Televisi*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1996), hlm. 2

<sup>5</sup> Aep Kusnawan, *Dakwah Lewat Tulisan*, (Bandung: PT. Mujahid Press, 2004), hlm. 24

Berdakwah melalui media merupakan kajian salah satu unsur dakwah yaitu media dakwah. Di mana media adalah perantara atau pengantar pesan dari pengirim ke penerima pesan.<sup>6</sup> Dalam menyampaikan pesan kepada penerima dengan memanfaatkan media untuk mencapai keberhasilan pemilihan media yang digunakan menjadi penting. Bahwa yang menjadi dasar pertimbangan untuk memilih suatu media sangatlah sederhana yaitu dapat memenuhi kebutuhan atau mencapai tujuan yang diinginkan atau tidak.<sup>7</sup> Selain itu ukuran keefektifan dan keefisienan juga tidak kalah pentingnya. Bahwa semakin efektif dan efisien suatu media dalam memberikan informasi kepada khalayak (pembaca) tentu ia akan dipilih dan dicari, dan sebaliknya. Apabila media tersebut tidak efektif dan efisien maka ia akan menjadi pertimbangan bagi khalayak (pembaca) untuk tidak dipilihnya.

Begitu halnya dengan dakwah, dakwah sebagai ajakan atau seruan untuk mengajak kepada seseorang atau sekelompok orang untuk mengikuti dan mengamalkan ajaran dan nilai-nilai Islam<sup>8</sup>, dakwah akan senantiasa mencari cara dan media yang efektif dan efisien dalam menyampaikan ajaran Islam agar objek dakwah mau mengamalkannya.

Terlebih lagi di tengah-tengah perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, dakwah hendaknya melakukan perubahan dan perkembangan atas metode yang dilakukannya. Dalam prakteknya dewasa ini baru metode dakwah dakwah bil lisan yang sering dilakukan. Sementara dakwah bil kalam dan bil

---

<sup>6</sup> Aris Sadiman (dkk), *Media Pendidikan: Pengertian, Pengembangan dan Pemanfaatannya*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996) hlm. 6

<sup>7</sup> *Ibid*, hlm. 84

<sup>8</sup> Sukriyanto, *Filsafat Dakwah*, Dalam Andi Darmawan (ed), *Metodologi Ilmu Dakwah*, (Yogyakarta: Lembaga Studi Filsafat Islam, 2002), hlm. 24



hal masih jauh dari harapan. Itulah sebabnya kualitas dakwah hingga kini masih tetap memprihatinkan.<sup>9</sup> Walaupun sebenarnya masih banyak cara lain yang dapat dilakukan seperti diskusi, dialog yang penyampaian dan penyebarannya dapat memanfaatkan media elektronik seperti televisi atau radio. Dan belakangan dakwah juga dilakukan lewat majalah, bulletin, buku dan surat kabar. Bahkan lewat media alternatif seperti internet dan media seluler. Untuk itu perlu dicari dan dipilih metode dan media dakwah yang efektif dan tepat pada sasaran.

Pada dasarnya cara berdakwah dimanapun mempunyai prinsip yang sama. Baik dikampus, masjid, pengajian maupun forum diskusi. Begitu pula pada materi dakwahnya tidak ada bedanya. Semuanya senantiasa berpedoman pada Al Qur'an dan Hadis. Dan dewasa ini dakwah hendaknya tidak hanya dipusatkan di masjid. Dengan adanya perkembangan teknologi media khususnya informasi dan komunikasi, dakwah perlu dikembangkan dengan mencari alternatif lain melalui pemanfaatan sarana dan prasarana yang ada. Dan ajakan atau pemikiran untuk mengembangkan dakwah dengan membawanya ke media pers (media cetak seperti buku-buku, majalah, surat kabar, bulletin dll) merupakan langkah yang tepat. Terlebih jika dihubungkan dengan peranan, fungsi dan kerja pers sebagai media pembaharuan dalam membangun masyarakat.

Dakwah dengan tulisan melalui media cetak ini mampu memberikan warna baru bagi dakwah, yang biasanya objek dakwah selalu dicekoki dengan

---

<sup>9</sup> Hamdan Daulay, *Dakwah Di Tengah Persoalan Budaya dan Politik*, (Yogyakarta: Lesfi, 2001), hlm. 4



budaya tutur yang cenderung menjadikan objek dakwah menjadi pendengar yang pasif. Dalam melakukan dakwah lewat media cetak (majalah), tidak semudah melakukan dakwah melalui mimbar. Tetapi melakukan dakwah lewat media cetak memiliki ciri-ciri atau teori-teori yang berhubungan metode-metode jurnalistik yang ada dalam kaidah-kaidah ilmu komunikasi massa.<sup>10</sup>

Ada pendakwah yang hanya cukup bertutur kata dan berpuas diri bahwa dia telah berbicara panjang lebar, tanpa tahu apakah apa yang disampaikan tadi dapat diterima dengan baik oleh objek dakwah. Kejadian seperti ini tidak boleh terjadi pada dakwah melalui media cetak (majalah). Beberapa langkah harus ditempuh dalam mewujudkan adanya dakwah lewat media cetak (majalah) yang efektif dan relevan. Bahwa dalam melakukan dakwah lewat majalah tidak hanya bertumpu pada keberadaan ilmu komunikasi massa saja, melainkan perlu diimbangi dengan beberapa ilmu lainnya. Misalnya iptek, sejarah, kebudayaan, bahasa, agama dll.

Mengenai tema dan sasaran untuk mencapainya dalam keadaan tepat dan mengenai sasaran perlu dilihat dan dipahami terlebih dahulu kondisi umat atau masyarakat. Yang akan dijadikan sasaran dakwahnya. Banyak tema dakwah yang dapat dikemukakan kepada pembaca. Dakwah tidak hanya semata-mata berbicara mengenai permasalahan-permasalahan apa yang dilarang dan dibenarkan agama. Melainkan dakwah harus mampu juga untuk melihat pada permasalahan yang luas. Serta dibukanya kesempatan bagi pembaca untuk memberikan pendapat baik masukan dan permasalahan yang

---

<sup>10</sup>Sutiman Eka Ardhana, *Jurnalistik Dakwah*, (Yogyakarta: PT. Pustaka Pelajar, 1995), hlm: 18

dimilikinya melalui surat yang dikirimkan ke alamat redaksi yang ada, ini tentunya dapat mengetahui adanya respon balik dan saling tukar pikiran dengan pembaca atas majalah dan persoalan yang dimiliki. Penulis atau pendakwah harus mampu merangsang dan membawa pembacanya sedemikian rupa pada pokok sasaran yang diinginkan, hingga ia akan terbawa dan terlibat dalam persoalan yang disajikan.<sup>11</sup> Dalam melakukan dakwah lewat media cetak menuntut penyajian kata-kata yang selektif dan tidak bertele-tele. Kalimat yang bertele-tele dan ada kesan yang melantur hanya akan membuat pembaca meninggalkan apa yang seharusnya dibaca. Penulisan dakwah tidak meninggalkan hakekat dan ciri-ciri dakwah.

Dewasa ini menjadikan media cetak (majalah) sebagai media dakwah merupakan harapan baru bagi dakwah. Dan peranan media pun menjadi penting. Dengan daya jangkau yang mudah didapat, mampu menembus masyarakat luas dan proses penikmatannya yang dapat dilakukan sesukanya, kiranya hal ini dapat membantu dalam melakukan dakwah khususnya lewat media cetak.

Majalah Kuntum sebagai media komunikasi dan informasi, penambah wawasan dan penyambung silaturahmi diterbitkan dan dikelola oleh pimpinan pusat Ikatan Remaja Muhammadiyah sejak tahun 1976. Dalam menjalankan peranannya sebagai majalah yang mengusung visi sebagai majalah Islami dan berwawasan ke depan Majalah Kuntum selalu memberikan atau menyediakan informasi keIslaman kepada para pelajar dan remaja di seluruh tanah air

---

<sup>11</sup> *Ibid.*, hlm: 20

melalui berbagai bentuk tulisan dan gambar yang didesain secara menarik oleh Majalah Kuntum.

Kehadiran majalah ini mampu memberikan bacaan yang tepat dan baik sekaligus mendakwahkan Islam kepada para pelajar dan remaja melalui pemberian informasi atau pesan-pesan yang bernafaskan Islam dalam berbagai bentuk tulisan yang dimuat dalam Majalah Kuntum menjadikannya memiliki peranan bagi masyarakat khususnya bagi para pelajar atau remaja. Pesan dan informasi yang sehat, sesuai dan sejalan dengan arah pendidikan khususnya pendidikan Islam yang menyangkut masalah pelajar, keIslaman, dan keilmuan, kehadirannya dapat menjadi stimulator untuk mendorong pembacanya bertingkah laku dan bersikap sesuai dengan pesan yang disampaikan.

Lalu bagaimana bentuk penyediaan informasi keIslaman Majalah Kuntum sebagai upaya dakwahnya kepada para pelajar dan remaja, dan bagaimana peluang Majalah Kuntum dalam memberikan informasi keIslaman kepada pelajar dan remaja di tanah air melalui berbagai bentuk tulisan dan gambar yang telah didesain menarik oleh Majalah Kuntum. Dan bagaimana pula tantangannya dalam berlomba untuk terus mencari sasaran pembaca Majalah Kuntum dalam jumlah yang besar, peneliti merasa tertarik untuk mengetahuinya lebih lanjut.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang timbul dapat dirumuskan:

1. Bagaimana upaya penyediaan informasi keIslaman yang dilakukan oleh Majalah Kuntum sebagai bentuk dakwahnya?
2. Bagaimana peluang dan tantangan Majalah Kuntum dalam upaya penyediaan informasi tersebut?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk upaya penyediaan informasi keIslaman yang dilakukan oleh Majalah Kuntum sebagai bentuk dakwahnya dan bagaimana peluang serta tantangan Majalah Kuntum dalam upaya penyediaan informasi tersebut.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

1. Memberikan masukan dalam pengembangan dakwah khususnya dakwah melalui media cetak (majalah) dengan segala perkembangan media cetak yang ada.
2. Menambah wacana dan informasi mengenai unsur dakwah yaitu media dakwah.

#### **F. Kajian Pustaka**

Skripsi saudara Solihin yang berjudul “Studi Tentang Majalah Kuntum Sebagai Media Dakwah (Tinjauan Manajemen)”, membahas tentang penerapan fungsi-fungsi manajemen pada pengelolaan penerbitan Majalah Kuntum yang diterbitkan oleh Pimpinan Pusat Ikatan Remaja Muhammadiyah setiap

bulannya. Yaitu dengan melihat Majalah Kuntum sebagai media dakwah dari sudut pandang proses manajemen. Proses manajemen yang dimaksud yaitu meliputi fungsi-fungsi manajemen yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, kepemimpinan dan pengawasan.

Skripsi saudara Muzakiyah yang berjudul “Pesan-pesan Dakwah Dalam Majalah Kuntum”, mengkaji tentang pesan-pesan dakwah apa saja dan mengapa pesan ini disampaikan oleh Majalah Kuntum, sebagai usahanya untuk mengajak dan mengamalkan ajaran Islam pada masyarakat khususnya pada pelajar Islam di seluruh tanah air. Adapun pesan-pesan dakwah yang diteliti terbatas pada Majalah Kuntum terbitan edisi nomor 66 tahun 1988 sampai dengan edisi nomor 96 tahun 1992.

Skripsi saudara M. Shohib yang berjudul “Pendidikan Agama Islam dalam Majalah Kuntum (Analisis terhadap Rubrik Karimah)”, membahas tentang materi pendidikan apa saja yang disampaikan Majalah Kuntum dan apakah materi tersebut telah sesuai dengan pendidikan agama Islam. Skripsi ini melakukan analisis terhadap Rubrik Karimah Majalah Kuntum edisi nomor 96 tahun 1992 sampai dengan nomor 135 tahun 1996.

Skripsi saudara Astri Andriyani yang berjudul “Komunikasi Persuasif dalam Rubrik Karimah Majalah Kuntum”, membahas tentang tehnik persuasive apa yang digunakan Majalah Kuntum dalam menyampaikan pesan dakwahnya. Tehnik persuasive yang digunakan adalah *Cognitive Dissonance*, *Pay Off* dan *Fear Hearing*, *Empati*, *Packing*, *Red Hearing* dan *Asonansi*. Yang penggunaan tehnik ini disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat secara umum



yaitu *Affiliatif Needs* dan *Status Needs* serta teori kebutuhan manusia menurut Maslow yaitu *Psychological Needs*, *Safety Needs*, *Love Needs* dan *Self Actualization Needs*.

Sedangkan dalam skripsi ini yang berjudul “Dakwah Lewat Media Cetak (Studi Atas Peluang-dan Tantangan Dakwah pada Majalah Kuntum), membahas tentang bagaimana upaya penyediaan informasi keIslaman Majalah Kuntum sebagai bentuk aktifitas dakwahnya dan peluang Majalah Kuntum dalam memberikan atau menyediakan informasi keIslaman kepada para pelajar dan remaja di seluruh tanah air serta tantangannya untuk terus mencari sasaran pembaca Majalah Kuntum dalam jumlah yang besar.

## **G. Kerangka Teori**

### **1. Analisis SWOT**

Untuk menghadapi adanya berbagai tantangan di masa depan, baik yang sifatnya internal maupun eksternal bagi suatu organisasi kiranya pemahaman mengenai berbagai pendekatan dan tehnik dalam merumuskan strategi yang dipimpinya sangat diperlukan. Adanya perkembangan dan perubahan lingkungan yang terjadi, setiap organisasi harus mampu memperhitungkan konsekuensi berbagai kecenderungan yang terjadi. Baik dari lingkungan organisasi internal maupun eksternal, di mana organisasi tersebut berinteraksi.

Organisasi dalam berbagai skala besar, menengah dan kecil semuanya akan berinteraksi dengan lingkungan di mana organisasi tersebut

berada. Dengan adanya perubahan yang terjadi pada lingkungan melakukan analisis terhadapnya tidak boleh diabaikan, di mana lingkungan organisasi memiliki pengaruh dalam efektifitas manajemen organisasi.

Lingkungan organisasi dapat diartikan sebagai kekuatan yang mempengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap kinerja organisasi. Pengertian lain tentang lingkungan diungkap oleh Robbins dan Couter (1991) bahwa lingkungan menunjuk pada lembaga-lembaga atau kekuatan-kekuatan yang berada di luar organisasi tersebut dan secara potensial mempengaruhi kinerja organisasi.<sup>12</sup>

Secara umum lingkungan manajemen dapat diartikan sebagai suatu atau keseluruhan elemen-elemen yang terdapat di dalam atau di luar organisasi yang mempengaruhi organisasi. Dimensi lingkungan organisasi dapat dikategorisasi atas:<sup>13</sup>

1. Lingkungan eksternal organisasi yaitu segala sesuatu atau keseluruhan yang ada diluar batas organisasi.
2. Lingkungan internal organisasi yang secara langsung menentukan keberlangsungan operasi organisasi, seperti pekerja dan manajer, fisik organisasi, finansial, sistem kerja dan tehnologi.

#### 1. Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal mempunyai baik unsur-unsur yang berpengaruh langsung (lingkungan eksternal mikro) dan tidak langsung

---

<sup>12</sup> Amrullah, Haris Budiyono, *Pengantar Manajemen*, (Yogyakarta: PT. Graha Ilmu, 2004), hlm.

51

<sup>13</sup> Ulbert Silalahi, *Pemahaman Praktek Asas-asas Manajemen*, (Bandung: PT. Mandar Maju, 1996), hlm 113



(lingkungan eksternal makro). Lingkungan eksternal mikro terdiri dari para pesaing, penyedia, langganan, lembaga keuangan, pasar tenaga kerja dan perwakilan-perwakilan pemerintah.<sup>14</sup> Lingkungan eksternal langsung merupakan kekuatan-kekuatan yang berada di luar kemampuan atau kendali perusahaan yang berpengaruh secara langsung terhadap kinerja organisasi dan manajemen.<sup>15</sup>

Para pesaing, dengan pemahaman lingkungan persaingan yang dihadapi organisasi dapat mengetahui posisi pesaingnya sehingga lebih mampu untuk mengoptimalkan operasi-operasinya.<sup>16</sup> Persaingan yang semakin ketat menuntut manajemen untuk memperhatikan para pesaingnya. Manajemen harus tetap waspada dan mengawasi setiap gerak-gerik pesaing. Dengan demikian untuk bisa bertahan memenangkan pesaingnya, dengan melihat keadaan pesaingnya manajemen akan bisa menentukan strategi apa yang harus diambil.

Penyedia, berfungsi sebagai penyedia fasilitas dan sarana yang dibutuhkan oleh perusahaan. Manajemen perlu menjalin kerja sama yang baik dengan untuk menjamin bahwa proses dan kegiatan perusahaan dapat berjalan dengan baik dan lancar.<sup>17</sup>

Langganan, strategi, kebijaksanaan dan taktik pemasaran perusahaan bergantung situasi pasar dan langganan. Analisis terhadap langganan penting berguna untuk mengantisipasi perubahan perilaku pasar atau

---

<sup>14</sup> T. Hani Handoko, *Manajemen Edisi 2*, (Yogyakarta: PT. BPFE, 1995), hlm. 62

<sup>15</sup> Amrullah Hanis Budiyono, *Op. Cit.*, hlm. 52

<sup>16</sup> T. Hani Handoko, *Op. Cit.*, hlm. 63-64

<sup>17</sup> Amrullah, Haris Budiyono, *Op. Cit.*, Hlm. 54

langganan dan mengarahkan pengalokasian sumber dayanya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan langganan. Langganan perusahaan dapat berupa suatu lembaga seperti kantor pemerintah, sekolah, perusahaan lain atau lembaga perseorangan.<sup>18</sup>

Lembaga keuangan, organisasi-organisasi tergantung pada bermacam-macam lembaga keuangan seperti bank-bank komersial, bank-bank instansi dan perusahaan-perusahaan asuransi termasuk pasar modal. Lembaga keuangan untuk menjaga dan memperluas kegiatan suatu organisasi maka penting untuk membina hubungan dengan lembaga keuangan.

Pasar tenaga kerja, organisasi memerlukan sejumlah karyawan dengan bermacam-macam ketrampilan, kemampuan dan pengalaman sehingga organisasi perlu menggunakan banyak saluran untuk menarik dan mendapatkan karyawan tersebut. Kemampuan menarik dan mempertahankan karyawan yang cakap merupakan kebutuhan prasarat bagi perusahaan yang sukses.

Perwakilan pemerintah, hubungan organisasi dengan perwakilan pemerintah berkembang semakin kompleks. Perwakilan pemerintah ini biasanya menetapkan peraturan yang harus dipatuhi organisasi dalam operasionalnya, prosedur perijinan dan pembatasan lainnya untuk melindungi masyarakat.

---

<sup>18</sup> *Ibid.* 111m 64

Lingkungan eksternal makro, merupakan lingkungan yang berpengaruh secara tidak langsung terhadap kinerja organisasi dan manajemen. Lingkungan ini mencakup teknologi, ekonomi, politik dan sosial yang mempengaruhi iklim di mana organisasi beroperasi dan mempunyai kekuatan-kekuatan sebagai lingkungan ekstern mikro.<sup>19</sup>

Ekonomi, lingkungan ekonomi yang mempengaruhi prestasi kerja dari suatu organisasi meliputi tingkat pertumbuhan ekonomi, tingkat pendapatan masyarakat, perubahan selera dan pola pengeluaran konsumen yang diakibatkan dari perubahan pendapatan. Faktor-faktor tersebut akan mempengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap praktek manajemen.<sup>20</sup>

Politik, setiap organisasi beroperasi dalam dan melalui berbagai sistem politik. Dalam arti luas, interaksi antara organisasi dan lingkungan politik menunjukkan saling pengaruh. Di satu pihak orang mempengaruhi proses dan sistem politik misalnya lembaga politik yang bertindak sebagai rule making untuk kepentingan dan keuntungan operasi. Di pihak lain lembaga politik seperti lembaga perundang-undangan membuat peraturan yang mengatur aktivitas organisasi, misalnya proteksi, persaingan dan tingkat harga.<sup>21</sup>

Sosial budaya, kehidupan organisasi tidak terlepas dari dinamika lingkungan sekitarnya. Dampak faktor-faktor sosial sangat penting untuk disadari secara tepat. Pengenalan demikian tidak mudah karena kenyataan

---

<sup>19</sup> *Ibid*, hlm. 62-66

<sup>20</sup> Amrullah Haris Budiyono, Op. Cit., hlm. 55

<sup>21</sup> Ulbert Sitalahi, Op. Cit., hlm. 116

menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut selalu berubah, adakalanya dengan intensitas sangat tinggi.<sup>22</sup> Dengan demikian manajemen organisasi harus menyesuaikan dengan harapan masyarakat yang berubah-ubah dimana mereka berada dan bekerja.

Tehnologi, perkembangan tehnologi dari sudut pandang organisasi manajemen mempengaruhi pertumbuhan organisasi. Lingkungan tehnologi menunjuk pada tingkat perkembangan ilmu dan tehnologi dalam masyarakat. Termasuk dasar-dasar fisik pabrik (perlengkapan atau peralatan dan fasilitas) dan dasar tehnologi.<sup>23</sup>

## 2. Lingkungan Internal

Melakukan pengamatan/analisis terhadap lingkungan luar yang sifatnya selalu berubah perlu dilakukan. Tak kalah pentingnya juga untuk mengamati dan melakukan analisis terhadap sumber daya yang dimiliki organisasi. Adapun maksud dilakukan analisis terhadap lingkungan internal, di sini dapat diketahui kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan organisasi yang dapat dimanfaatkan atau sebaliknya ditutup/diatasi.

Analisis lingkungan ini berusaha untuk menjawab pertanyaan apa yang kami punya dan apa yang seharusnya dilakukan untuk membuat kami berbeda. Intinya adalah berusaha untuk mencari keunggulan-keunggulan

---

<sup>22</sup> Sondang, P. Siagian, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 1995), hlm. 73

<sup>23</sup> Ulbert Silalahi, Op. Cit., hlm:118

yang dipakai untuk membedakan diri dengan pesaing, sehingga harus dilakukan melalui kaca mata (sudut pandang) konsumen.<sup>24</sup>

Sumber-sumber yang termasuk dalam lingkungan internal, meliputi pekerja dan manajer (sumber daya manusia), sumber fisik, sumber finansial, sumber kerja dan teknologi.

Sumber-sumber finansial, tiga aktivitas penting manajer dihubungkan dengan sumber-sumber finansial,<sup>25</sup> yaitu acquisition of financial (sumber dana untuk membiayai operasi dan aktivitas organisasi), allocation of financial (berhubungan dengan proses penganggaran, pengalokasian sumber-sumber finansial berdasarkan pada kriteria tertentu), controlling financial resources (pengetahuan dalam memahami secara efektif sumber daya finansial menjadi berguna baik untuk jangka pendek atau panjang).

Sumber daya manusia, sumber ini merupakan sumber terpenting dalam organisasi. Melalui akal, daya nalar, harkat dan martabat yang dimiliki manusia (pekerja atau manajer) mampu menggunakan dan menggerakkan sumber mati yang ada dalam organisasi.

Sumber-sumber fisik, terdapat tiga tipe sumber fisik yang penting bagi manajer yaitu physical plant berhubungan dengan eksistensi dan ketepatangunaan lingkungan fisik pabrik, gudang, fasilitas riset dan perlengkapan lain), location of the physical plant penentuan kedekatan lingkungan fisik terhadap pelanggan, pemasok mudah dicapai transportasi serta tersedianya para tenaga kerja terampil), raw material reserves

---

<sup>24</sup> Agustinus Sri Wahyuni, *Manajemen Strategis Pengantar Proses Berfikir Strategis*, (PT. Bina Rupa Aksara, 1996), hlm. 49

<sup>25</sup> Ulbert Silalahi, Op. Cit., hlm. 129



didalamnya kepemilikan sumber alam/bahan mentah, kewajiban kontraktual, perjanjian-perjanjian).<sup>26</sup> Sumber-sumber sistem dan tehnologi untuk melakukan proses produksi barang dan jasa.

Perumusan suatu strategi akan berjalan efektif apabila perumus strategi mampu memahami secara tepat atas misi yang ada, disertai melakukan pengamatan/analisis terhadap lingkungan baik internal maupun eksternal. Analisis lingkungan perlu dilakukan untuk memudahkan beradaptasi terhadap tuntutan lingkungan maupun untuk memungkinkan dan mengendalikan lingkungan demi kepentingan pertumbuhan dan perkembangan organisasi itu sendiri.

Dalam melakukan analisis lingkungan eksternal, perusahaan menggali dan mengidentifikasi semua opportunity (peluang) yang berkembang dan menjadi tren pada saat itu serta threat (ancaman) dari para pesaing dan calon pesaing. Sedangkan analisa lingkungan internal lebih memfokuskan pada kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) dari perusahaan. Dengan melakukan analisa tersebut maka perusahaan dikenal dengan melakukan analisa SWOT.<sup>27</sup>

Pengenalan dan pemahaman berbagai faktor lingkungan perlu ditekankan, di samping itu penguasaan berbagai analisis sebagai salah satu strategi dalam perumusan strategi organisasi. Para pakar menekankan bahwa salah satu instrumen analisis yang dapat digunakan ialah analisis SWOT melalui mana akan diketahui secara pasti dan jelas faktor-faktor

---

<sup>26</sup> *Ibid*, hlm. 130

<sup>27</sup> Agustinus, Sri Wahyuni, Op. Cit., hlm. 50

internal yang menjadi kekuatan organisasi yang dapat mencangkup saluran distribusi yang handal, posisi kas perusahaan, lokasi yang menguntungkan, keunggulan dalam menerapkan tehnologi yang canggih tetapi sekaligus tepat guna dan struktur atau tipe organisasi yang digunakan.<sup>28</sup> Tidak kalah pentingnya juga untuk mengenali kelemahan yang mungkin ada dalam organisasi/perusahaan tersebut. Faktor-faktor yang menjadi kelemahan, yang dimaksud adalah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber ketrampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja yang memuaskan. Dalam praktek, berbagai keterbatasan dan kekurangan kemampuan tersebut bisa dilihat dari sarana dan prasarana yang dimiliki atau tidak, kemampuan manajerial yang rendah, ketrampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar.<sup>29</sup>

Analisis SWOT yang dilakukan dengan tepat juga menunjukkan berbagai peluang yang seyogyanya dimanfaatkan, terutama dengan mengembangkan faktor-faktor pendukung dan mengubah potensi yang dimiliki menjadi kekuatan efektif sehingga memiliki keunggulan kompetitif yang diandalkan.<sup>30</sup> Kemampuan untuk memanfaatkan peluang yang ada memiliki arti penting dan sebaliknya ketika ketidakmampuan muncul untuk memanfaatkan peluang dapat menimbulkan ancaman, karena pesaing akan memanfaatkan kelemahan yang dimiliki lawan.

Dapat dikatakan bahwa analisis lingkungan eksternal memberikan pemahaman tentang peluang dan ancaman dalam kaitannya dengan pilihan

---

<sup>28</sup> Sondang P. Siagian, Op. Cit., hlm. 103

<sup>29</sup> *Ibid.* hlm. 173

<sup>30</sup> *Ibid* hlm. 104



atau perubahan proses produksi barang atau jasa untuk masyarakat. Analisis lingkungan internal mengidentifikasi dalam usaha mengetahui kekuatan dan kelemahan internal dalam organisasi. Penganalisisan atas kedua lingkungan ini, dapat membantu untuk menetapkan dan memutuskan apa yang harus dilakukan, yang mana pemutusan hal ini merupakan kunci sukses organisasi. Melakukan analisis SWOT, merupakan tindakan atau cara yang tepat untuk mencapai keberhasilan dalam berorganisasi.

## 2. Tinjauan Teoritik tentang Media Cetak

Media cetak adalah salah satu alat yang ampuh dalam komunikasi. Bagi setiap orang media ini mudah untuk didapatkan dan dinikmati/dibaca berulang kali sehingga bisa benar-benar mempengaruhi sasarannya. Kenyataan membuktikan bahwa tidak ada seorang pun yang bisa berdiri sendiri dalam mendalami suatu ilmu, mau tidak mau ia memerlukan pengalaman, penyelidikan dan ilmu orang lain. Dalam hal ini media cetak tidak bias diabaikan peranannya.<sup>31</sup>

Media cetak seperti majalah, surat kabar dan buku-buku sebagai salah satu media komunikasi massa yang hadir memang memiliki keistimewaan tersendiri dibandingkan dengan media komunikasi lainnya (televisi, film dan radio). Dengan harganya yang relatif murah dibandingkan dengan media komunikasi lainnya, memudahkan media ini

---

<sup>31</sup> Suminto Aqib, *Problematika Dakwah*, (Jakarta: Pustaka Panji Mas, 1984), hlm.54

untuk dijangkau masyarakat. Sehingga proses mencari dan mendapatkan informasi pun semakin mudah.

Penyajian informasi melalui media cetak dapat tersaji secara lengkap dan terperinci, mudahnya dinikmati dan dibawa kemana saja menjadikan masyarakat mudah pula dalam mempelajarinya dimanapun dan kapanpun sesukanya, serta dapat dikaji berulang-ulang dan disimpan sebagai dokumentasi untuk dibaca pada tiap kesempatan. Sedang penyampaian pesan melalui media elektronik, pesan yang disampaikan oleh khalayak hanya dapat diterima sekilas saja dan keadaan khalayak harus selalu berada di pusat waktu. Maka kehadiran media cetak sebagai media yang efektif dan efisien dalam menyampaikan pesan kehadirannya dirasakan penting untuk terus dikembangkan dalam proses memberikan informasi kepada masyarakat.

a. Pengertian media cetak

Salah satu media yang sudah cukup dikenal dan mudah dijumpai di mana-mana adalah media cetak. Sampai ke desa sekalipun kita masih dapat ditemui jenis media cetak yang telah usang. Termasuk dalam media cetak antara lain buku-buku, surat kabar, majalah dan bulletin dsb.<sup>32</sup> Kenyataan bahwa majalah dan surat kabar merupakan termasuk dalam lingkup pers. Yaitu sebagai media yang menyampaikan pesan kepada khalayak ramai (massa). Di mana, istilah pers berasal dari bahasa Belanda, yang dalam bahasa Inggris berarti press. Secara

---

<sup>32</sup> Slamet Muhaimin ABDA, *Prinsip-prinsip Metodologi Dakwah*, (Surabaya: PT. Al Ikhlas, 1994), hlm. 99

harfiah pers berarti cetak dan secara maknawiyah berarti penyiaran secara tercetak atau publikasi secara dicetak (printed publication).

Dalam perkembangannya pers mempunyai dua pengertian, yaitu pers dalam pengertian luas dan pers dalam pengertian sempit. Pers dalam pengertian luas meliputi segala penerbitan bahkan termasuk media elektronik, radio siaran dan televisi siaran. Sedangkan pers dalam pengertian sempit hanya terbatas pada media cetak yakni surat kabar, majalah dan bulletin kantor berita.<sup>33</sup> Dan media cetak yang dimaksud disini adalah majalah (Majalah Kuntum), pers dalam pengertian sempit.

b. Fasilitas-Fasilitas Media Cetak

Ada beberapa bentuk tulisan dalam media cetak yang dapat digunakan dalam berdakwah. Dengan banyaknya bentuk tulisan yang dapat digunakan maka dapat pula dipilih bentuk tulisan bagaimana yang akan ditulis, yang tentunya sesuai dengan apa yang telah dikuasai dan diminatinya dalam melakukan dakwah melalui media cetak (majalah). Adapun bentuk tulisan tersebut adalah artikel, kolom, resensi buku dan feature dll.

Artikel merupakan suatu tulisan yang bermaksud menyampaikan gagasan dan fakta.<sup>34</sup> Artikel adalah berisi fakta, masalah yang ada di tengah masyarakat, ulasan atau kritik terhadapnya disertai gagasan atau pendirian subjektif yang disertai argumentasi yang berdasarkan teori

<sup>33</sup> Onong Uchyana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 145

<sup>34</sup> Sutiman Eka Ardhana, Op. Cit., hlm. 48

keilmuan dan bukti berupa data statistik yang mendukung pendirian itu.<sup>35</sup>

Jadi artikel merupakan wujud tulisan dari ide, gagasan dan pemikiran-pemikiran mengenai suatu hal yang disampaikan oleh penulis. Mengingat isinya yang merupakan pemikiran atau pendapat mengenai suatu hal, maka apa saja dapat dituangkan di sini. Suatu pemikiran atau gagasan yang dapat memberikan warna baru dalam membantu menyelesaikan permasalahan yang ada menuju jalan Allah demi tercapainya kebahagiaan di dunia dan di akhirat, merupakan sumbangan yang bernilai bagi kehidupan.

Istilah kolom sendiri berasal dari bahasa Inggris “columns” yang berarti suatu jenis tulisan yang khas, unik dan lebih memiliki daya tariknya diantara artikel-artikel lain di media massa. Ia lebih bersifat personal yaitu lebih akomodatif memberikan keleluasan terhadap visi otonomi penulisnya.<sup>36</sup> Kolom mungkin bisa dianggap gaya penulisan opini yang makin trendy saat ini. Berbeda dengan artikel opini lain yang panjang lebar, kolom biasanya jauh lebih ringkas (umumnya sekitar sampai enam ribu karakter), lebih menitik (memfokus) mengenai suatu permasalahan dan ditulis dengan gaya bahasa yang populer.<sup>37</sup> Penulisan kolom tidak memiliki struktur penulisan tertentu.

Ia tidak memiliki lead dan jembatan. Langsung saja berisi tubuh

---

<sup>35</sup> Aep Kusnawan, Op. Cit., hlm. 128

<sup>36</sup> *Ibid.*, hlm. 137-138

<sup>37</sup> Ashadi Siregar dan I Made Suarjana (penyunting), *Bagaimana Mempertimbangkan Artikel Opini Untuk Media Massa*, (Yogyakarta: PT. Kanisius, 1995), hlm 36

bahasan, diikuti langsung pendapat penulis mengenai masalah yang akan dibahas. Karena itu tulisan kolom biasanya relatif pendek saja. Bisa hanya sebatas satu kolom.<sup>38</sup>

Resensi secara bahasa artinya pertimbangan atau perbincangan (tentang) sebuah buku. Perbincangan dimaksud berupa sebuah tulisan yang dimuat di surat kabar atau majalah, berisi penilaian tentang kelebihan atau kekurangan sebuah buku, menarik atau tidaknya tema dan isi buku, kritikan dan memberi dorongan kepada khalayak tentang perlu tidaknya buku tersebut dibaca dan dimiliki atau dibeli.<sup>39</sup>

Dalam proses penyebaran buku dewasa ini yang semakin banyaknya buku yang diterbitkan dirasakan kehadiran seorang editor diperlukan, juga adanya suatu pertimbangan dari para peresensi buku. Termasuk didalamnya para pengemban dakwah. Dimana mereka sebagai jembatan antara penulis dan pembaca. Sebelum menjadikan buku sebagai bahan rujukan diperlukan masukan dari para penulis resensi maupun para pengemban dakwah. Setidaknya dengan mengetahui kelemahan dan kelebihan buku yang baru terbit melalui resensi buku, masyarakat dapat mempertimbangkannya akankah buku tersebut dibeli atau tidak, akan dijadikan bahan rujukan atau tidak. Pembaca dapat memilih dan mengetahuinya. Dan berdakwah melalui resensi buku menjadi salah satu pilihan strategis dalam membantu masyarakat mengetahui secara praktis informasi buku dan sekaligus

<sup>38</sup> Slamet Soeseno, *Teknik Penulisan Ilmiah Populer*, (Jakarta: Gramedia, 1995) hlm. 103

<sup>39</sup> Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Praktis Untuk Pemula Edisi Revisi*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003), hlm. 75



dalam menyeleksi. Baik yang penting untuk di baca karena bermutu atau yang lemah kualitasnya.<sup>40</sup>

Feature adalah tulisan yang dirancang untuk memberi informasi tentang suatu kejadian, situasi atau aspek kehidupan seseorang, sambil menghibu.<sup>41</sup> Feature sebagai pemberi hiburan yang mampu memberikan hal-hal yang santai dalam proses pembuatannya tidak terikat dengan aktualitas. Kejadian-kejadian yang telah lalu pun masih dapat dijadikan bentuk feature. Feature dalam penulisannya tidak terikat juga dengan tehnik-tehnik penulisan.

### 3. Tinjauan Teoritik Tentang Dakwah

#### a. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari segi etimologi atau asal kata (bahasa), dakwah berasal dari bahasa Arab, yang berarti panggilan, ajakan atau seruan.<sup>42</sup> Dari segi istilah banyak pendapat tentang definisi dakwah. Diantara pendapat itu adalah: Syekh Ali Mahfudz dalam kitabnya "Hidayatul Mursidin", memberikan definisi tentang dakwah yang artinya mendorong manusia agar berbuat kebajikan dan melarang mereka dari perbuatan mungkar agar mereka mendapatkan kebahagiaan di dunia dan di akhirat.<sup>43</sup>

Sementara Muhammad Natsir dalam tulisannya yang berjudul "Fungsi Dakwah Islam dalam Rangka Perjuangan", mendefinisikan dakwah usaha-usaha menyerukan sambil menyampaikan kepada

<sup>40</sup> Aep Kusnawan, Op. Cit., hlm. 151

<sup>41</sup> *Ibid.* hlm. 143

<sup>42</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al. Ikhlas, 1983), hlm. 17

<sup>43</sup> Rosyad Shalch, *Manajemen Dakwah Islam*, (Jakarta: PT. Bulan Bintang, 1976), hlm. 18

perorangan manusia dan seluruh umat konsepsi Islam tentang pandangan dan tujuan manusia di dunia ini, yang meliputi amal ma'ruf nahi munkar, dengan berbagai media dan cara yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengalamannya dalam prikehidupan perorangan berumahtangga, prikehidupan bermasyarakat dan prikehidupan bernegara.<sup>44</sup>

Sedangkan H. S. M. Nasruddin Latif dalam bukunya "Teori dan Praktek Dakwah Islamiyah", mendefinisikan dakwah sebagai setiap usaha atau aktiva dengan lisan atau lukisan dan lainnya yang bersifat menyeru, mengajak dan memanggil manusia yang lainnya untuk beriman dan mentaati Allah SWT, sesuai dengan garis-garis aqidah, syariah serta akhlak islamiyah.<sup>45</sup>

Dari beberapa definisi dakwah secara bahasa dan istilah, jelaslah bahwa dakwah merupakan suatu usaha mengajak dan menyerukan orang yang beriman, mentaati Allah SWT dan senantiasa beramar ma'ruf demi tercapainya kebahagiaan dan kesejahteraan hidup yang bisa digunakan melalui berbagai langkah baik melalui lisan, tulisan, lukisan dan lainnya.

#### b. Pengertian Media Dakwah

Pelaksanaan dakwah agar mencapai sasaran dan memperoleh tujuan yang tepat dalam prosesnya dakwah memerlukan alat dan sarana atau media. Arti istilah media bila dilihat dari asal katanya atau etimologi

---

<sup>44</sup> Ibid., hlm 19

<sup>45</sup> Ibid.



berasal dari bahasa latin “median” yang artinya alat atau perantara. Pengertian sematiknya media berarti segala sesuatu yang dapat dijadikan sebagai alat (perantara) untuk mencapai suatu tujuan tertentu.<sup>46</sup>

Dari segi prosesnya dakwah sama dengan proses komunikasi. Persamaan yang dimiliki antara dakwah dan komunikasi terletak pada komponen-komponennya. Yaitu komunikator (communicator), pesan (message), media (media), komunikan (communicant), efek (effect).<sup>47</sup> Dan sehubungan dengan pemakaian media cetak dalam aktifitas dakwah, telah terjadi komunikasi secara tidak langsung antara da’I sebagai komunikator dengan pembaca sebagai sasaran dakwah. Dan salah satu komponen dakwah yang dibicarakan di sini adalah media. Media cetak (majalah) yang digunakan sebagai media dakwah dalam menyampaikan pesan dakwah dan dalam mencapai adanya tujuan dakwah yaitu Majalah Kuntum.

#### 4. Tinjauan Teoritik Tentang Pemanfaatan Media Cetak Dalam Dakwah

Di era informasi saat ini yang ditandai dengan berkembangnya media massa sebagai alat komunikasi massa, dirasakan perlu mendapatkan perhatian. Khususnya bagi para aktifitas dakwah, mujahid dan masyarakat Islam umumnya. Di mana mereka ini memang memiliki tanggungjawab dan kewajiban untuk melakukan syiar Islam dimanapun dan kapanpun.

---

<sup>46</sup> Asmuni Syukir. Op. Cit., hlm. 163

<sup>47</sup> Onong Uchyana Effendi, Op. Cit., hlm. 6

Maraknya media massa dewasa ini, hendaknya para aktifitas dakwah, mujahid dan masyarakat Islam harus mampu memanfaatkan media cetak (majalah) khususnya dalam melakukan syiar Islam. Di mana dakwah melalui media cetak (majalah) merupakan suatu kegiatan menyampaikan pesan dakwah kepada khalayak (pembaca) dengan majalah sebagai media penyalurnya. Karena medianya melalui majalah sebagai salah satu media pers, maka pesan dakwah yang disampaikan dalam bentuk karya tulisan. Yang mana karya tulisan tersebut bisa berbentuk artikel, kolom, feature, dan resensi buku serta karya tulisan lainnya. Melalui karya tulisan yang dikemas secara populer dan termuat dalam media cetak maka pesan dakwahpun dapat tersebar dan diterima khalayak ramai dimana dan kapanpun dapat dinikmati sesukanya dan sesantainya sesuai dengan keluangan waktunya.

Melakukan dakwah lewat media cetak (majalah) sebagai media pers merupakan langkah yang baik dan positif. Terlebih lagi ketika dihubungkan dengan peranan dan fungsi pers. Idealisme yang melekat pada pers dijabarkan dalam pelaksanaan fungsinya, selain menyiarkan informasi yang mendidik, menghibur dan mempengaruhi.<sup>48</sup> Maka tidak berlebihan jika para muballig, ahli dakwah dan masyarakat Islam harus mampu memanfaatkannya dalam meningkatkan dan mengembangkan dakwah Islam melalui fungsi dan peranannya.

---

<sup>48</sup> *Ibid.*, hlm. 149

Harapan ini tentunya seiring dengan apa yang dinyatakan Hasan Basri Tanjung di harian terbit (lihat pers Islam, sebuah dilemma, sabtu 21 Agustus 1993) yang menyatakan beranjaknya kehidupan masyarakat pada tahap informasi telah mengajak kita untuk melangkah lebih jauh paling tidak sama dengan social change (perubahan sosial) yang ada. Untuk mengantisipasi hal tersebut tambah Hasan Basri Tanjung, dakwah bil lisan tidak memadai lagi. Tapi harus mendapatkan dukungan dari suatu media yang representatif dan relevan dengan cakrawala pemikiran manusia yang semakin maju.<sup>49</sup>

Sedangkan KHM Isa Anshari, menyatakan bahwa juru dakwah Islam perlu lebih memperhatikan kepentingan tulisan sebagai media dakwah.<sup>50</sup>

Tulisan adalah tamannya para ulama”, kata Ali bin Abi Thalib.<sup>51</sup> Lewat tulisan-tulisanlah para ulama mengabadikan dan menyebarkan pandangan-pandangan keislamannya.

Begitu halnya dakwah yang dilakukan Hasan Al Banna, yang telah menggerakkan semua sarana dan segala yang dimilikinya untuk memerangi kemungkaran dan memperbaiki masyarakatnya. Beliau terus melakukan ihtisab baik di media cetak di dalam jamaahnya dalam mengatasi kemungkaran yang merajalela dalam masyarakatnya.<sup>52</sup> Banyak

---

<sup>49</sup> Sutiman Eka Ardhana, Op. Cit., hlm. 18

<sup>50</sup> KHM. Isa Anshari, *Mujahid Dakwah*, (Bandung: CV. Diponegoro, 1979), hlm. 37

<sup>51</sup> Asep Syamsul Romli, *Jurnalistik Dakwah Visi dan Misi Dakwah Bil Qalam*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2003), hlm. 24

<sup>52</sup> Badr Abdurrazaq Al Mash, *Manhaj Dakwah Hassan Al Banna*, (Solo: Citra Insani Press, 1995), hlm. 96-97

sekali wasi' al (sarana-sarana) yang disunnahkan oleh Hasan Al Banna dalam Ihtisabnya, antara lain: dengan menerbitkan buku-buku dan majalah. Dan diantara majalah yang diterbitkan, Ikhwanul Muslimin menerbitkan berbagai majalah seperti Jaridah al Ikhwan Al Muslimin, majalah An Naddzir dan Asy Syihab yang banyak memuat tulisan-tulisan Hasan Al Banna.<sup>53</sup>

Melalui tulisan-tulisan pengetahuan dan pandangan keIslaman dapat dengan mudah dipelajari dan diketahui. Kemampuan menulis menjadikan para ulama, mujahid, cendikiawan muslim dari berbagai keilmuan mewariskan keilmuannya melalui berbagai bentuk tulisannya. Seperti kata Plato: "pikiran manusia terekam di ujung pena mereka"<sup>54</sup>.

Tidak sedikit orang yang kaya ilmu pengetahuan, tapi tidak mengikatnya dengan tulisan. Satu saat, ia akan hilang seiring hilangnya usia. Gagasan-gagasannya akan terlupakan bersama perjalanan waktu. Namanya pun akan berakhir dimakan zaman. Sebaliknya, banyak orang tetap hidup bersama kita meskipun jasadnya telah terkubur tanah ratusan tahun silam. Al Ghazali, misalnya telah meninggal tahun 1111, tapi ia tetap hadir bersama kita, karena tulisan-tulisannya yang mengikat erat namanya untuk tetap hidup dan bahkan terus berkembang. Teori-teori ilmu Khaldun pun tetap dibaca orang, dan dengan teori itu pula orang kemudian mengembangkan teori-teori baru sesuai dengan perkembangan dan

---

<sup>53</sup> *Ibid.*, hlm. 114-116

<sup>54</sup> Asep Syamsul M Romli, Op. Cit., hlm. 25

perubahan. Demikianlah sejumlah pemikir dan pemilik ilmu masa lalu, karena tulisan-tulisannya hingga saat ini masih hadir bersama kita.<sup>55</sup>

Di tengah-tengah pembangunan di bidang komunikasi di era informasi ini, informasi telah diyakini menjadi kebutuhan masyarakat. Dengan segala perkembangan dan kemajuan yang ada, maka diperlukan langkah-langkah cermat, positif untuk menghadapinya agar tidak menjadi bangsa yang tertinggal. Begitu halnya dengan dakwah, melalui perubahan dan perkembangan sosial yang terjadi ditengah-tengah masyarakat dakwah harus mampu menyesuaikan diri. Untuk itu diharapkan muncul metode dakwah yang efektif dan mengena sasaran. Dakwah harus mampu membina hubungannya dengan media komunikasi yang semakin berkembang seperti pers, buku, radio, televisi dan film. Dan kiranya memilih langkah dalam mengembangkan dakwah melalui pers merupakan langkah yang bijak. Apalagi bila dikaitkan dengan fungsi dan peranan pers sebagai agen pemberi informasi, pemberi hiburan, pendidik dan sebagai agen pembaharu dalam pembangunan masyarakat.

Melalui berbagai informasi dan gagasan yang disampaikan pers mengenai pembangunan masyarakat pers telah memberikan sumbangan bagi masyarakat dalam mempengaruhi sikap dan pandang masyarakat untuk menerima adanya teknologi-tehnologi yang baru. Melalui karya tulisan ini pers mampu mempengaruhi dan memicu masyarakat untuk ikut masuk dengan aktif dalam segala aktivitas pembangunan di segala bidang.

---

<sup>55</sup> Aep Kusnawan, Op. Cit. hlm. 11



Pers telah melakukan cara untuk memajukan pembangunan masyarakat di segala bidang. Termasuk dalam bidang agama pun pers harus dapat dimanfaatkan dan dijadikan sarana dakwah demi perkembangan dakwah Islam. Dan adanya peranan dan fungsi pers, tidaklah salah jika memanfaatkannya sebagai sarana yang efektif untuk kemajuan dakwah Islam.

Tetapi lepas dari ini semua, dakwah melalui ceramah-ceramah masih dibutuhkan. Sentuhan manusia tetap akan memiliki peranan penting. Yang senantiasa akan mendapatkan posisi disanubari masyarakat.

Peran pers (majalah) terlihat telah memiliki kemudahan dalam melakukan dakwah. Dengan adanya media ini pesan dakwah dalam berbagai bentuk karya tulisan dapat diterima dan diketahui khalayak (pembaca) ramai dalam ribuan bahkan sampai jutaan dalam waktu yang hampir bersamaan dan dapat dengan mudah dinikmati sesuai dengan keluangan waktu yang dimilikinya serta dengan harga yang relatif murah menjadikannya mudah untuk dijangkau. Selain itu pesan yang tersaji didalamnya pun dapat secara lengkap dan terperinci dan dapat dipelajari dan dikaji ulang.

#### **G. Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Karena nantinya data yang akan didapatkan dari penelitian ini berupa kata-kata bukan angka-angka. Bogdan dan Taylor mendefinisikan



metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.<sup>56</sup> Peneliti menggunakan beberapa metode penelitian yang dianggap sesuai dalam memperoleh data yang seobjektif mungkin. Adapun metode penelitian yang dimaksud meliputi:

#### 1. Metode Penentuan Subjek dan Objek

Yang dimaksud subjek adalah sumber tempat memperoleh keterangan penelitian<sup>57</sup>. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah Majalah Kuntum. Sedang yang menjadi objek penelitian adalah peluang dan tantangan dakwah pada Majalah Kuntum.

#### 2. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan informasi yang akurat, diperlukan adanya data yang valid, sehingga mampu mengungkapkan permasalahan yang akan diteliti. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini:

##### a. Metode Interview

Metode interview, dipandang sebagai metode pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian.<sup>58</sup> Jenis interview yang digunakan dalam penelitian ini adalah interview bebas terpimpin, yaitu merupakan gabungan antara interview terpimpin dengan tak terpimpin. Yang di

---

<sup>56</sup> Lexi J. Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 3

<sup>57</sup> Winarno Surakhmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar Metode-Dasar Metode Teknik*, (Bandung: Tarsito, 1990), hlm. 143

<sup>58</sup> Sutrisno Hadi, *Metodologi Research 2*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004) hlm. 218

dalam tehnik pelaksanaanya penulis mengajukan pertanyaan kepada informan dan kemudian informan diminta untuk menjawab secara bebas terbuka. Adapun informan yang dimaksud adalah pengurus Majalah Kuntum yang dirasakan bisa memberikan informasi yang dibutuhkan. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan merupakan pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya dan apabila masih ada jawaban yang belum jelas penulis mengajukan beberapa pertanyaan tambahan. Adapun metode ini digunakan untuk mendapatkan data mengenai bagaimana bentuk penyediaan informasi keislaman yang dilakukan Majalah Kuntum sebagai upaya dakwahnya dan peluang serta tantangannya dalam melakukan dakwah.

b. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu penelitian yang bersumber pada bahan-bahan tertulis.<sup>59</sup> Di lihat dari segi sumber data, bahan tambahan yang berasal dari sumber tertulis dapat di bagi atas sumber buku dan majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi dan dokumen resmi.<sup>60</sup> Metode ini digunakan untuk mendapatkan data mengenai gambaran umum Majalah Kuntum yang meliputi sejarah berdiri dan perkembangannya, tujuan, struktur organisasi dan pembagian tugasnya, sasaran pembaca dan kegiatan redaksi Majalah Kuntum.

c. Metode Observasi

---

<sup>59</sup> Ibid., hlm. 136

<sup>60</sup> Lexi J. Meleong, Op. Cit., hlm 113

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan dengan sistematis atas fenomena yang diteliti.<sup>61</sup> Adapun observasi yang peneliti kedepankan adalah observasi non partisipan. Yang berarti peneliti dalam melakukan observasi tidak terlibat langsung dalam usaha penyebaran informasi keislaman yang dilakukan oleh Majalah Kuntum. Dan untuk lebih jelasnya observasi yang peneliti lakukan dengan pengamatan dan pencatatan secara langsung terhadap berbagai gejala yang digeluti. Dalam hal ini gejala yang dimaksud adalah realitas peluang dan tantangan dakwah pada Majalah Kuntum.

### 3. Metode Analisis Data

Setelah data dikumpulkan dengan lengkap dari lapangan, proses selanjutnya yang dikerjakan adalah melakukan pengolahan data dengan cara memberikan penganalisisan secara menyeluruh terhadap data yang diperoleh.

Seperti yang dikatakan oleh koenjaraningrat: dalam pembicaraan sehari-hari dikalangan awam, pengertian pengolahan data, yang sering juga disebut data processing sering disamakan begitu saja dengan data analisis. Data tersebut dikerjakan dan dimanfaatkan sedemikian rupa sampai berhasil mengumpulkan kebenaran-kebenaran yang dapat dicapai untuk menjawab persoalan yang diajukan.<sup>62</sup>

---

<sup>61</sup> Sutrisno Hadi, Op. Cit., hlm. 151

<sup>62</sup> Koenjaraningrat, *Metodologi Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: PT. Gramedia, 1983), hlm. 269

Peneliti dalam hal ini melakukan proses penganalisisan, mengolah dan mengklarifikasi data sesuai dengan bahasan dalam skripsi ini dari sejumlah data yang diperoleh dari dokumentasi, observasi dan interview.

Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah diskriptif interperatif. Yaitu mula-mula data dikumpulkan, disusun, diklarifikasi, dianalisa dan diberi interpretasi sepenuhnya. Dan langkah-langkah teknisnya adalah:

Langkah pertama diskriptif interperatif, peneliti akan menyajikan sejumlah uraian ataupun diskripsi gambaran secara menyeluruh, objektif dan sistematis serta kualitatif dari sudut pandang peluang dan tantangan dakwah pada Majalah Kuntum.

Langkah kedua peneliti melakukan penyederhanaan dari berbagai data yang diperoleh baik dari dokumentasi maupun interview yang akan diklasifikasi sesuai dengan pembahasan dalam penelitian. Klasifikasi ini dimaksudkan untuk pemilihan semua data yang lebih spesifik agar lebih mendalam yang nantinya akan dituangkan kedalam bagian-bagian bahasan tertentu dalam skripsi sehingga mudah dalam memberikan interpretasi.

#### **H. Sistematika Pembahasan**

Pembahasan dalam skripsi ini dibagi menjadi 4 bab. Di mana setiap bab terdiri dari sub bab, yaitu:

Bab pertama berisi tentang pendahuluan untuk menghantarkan skripsi ini secara keseluruhan. Bab ini terdiri dari penegasan judul, latar belakang

masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian yang meliputi metode penentuan subjek dan objek, metode pengumpulan data, metode analisis data dan sistematika pembahasan.

Bab kedua berisi gambaran umum Majalah Kuntum, yang terdiri dari sejarah dan perkembangannya, tujuan penerbitan, sasaran penerbitan, struktur organisasi dan pengurusnya, pembagian tugasnya serta kegiatan redaksi Majalah Kuntum yang mencakup rapat redaksi, sumber berita, pengolahan berita, proses produksi, dan jalur distribusinya.

Bab ketiga berisi tentang analisis peluang dan tantangan dakwah Majalah Kuntum yang meliputi upaya penyediaan informasi keIslaman, konsultasi remaja serta peluang dan tantangan dakwah pada Majalah Kuntum.

Bab keempat berisi penutup yang meliputi kesimpulan, saran dan penutup.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA



## BAB IV

### KESIMPULAN, SARAN DAN PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berpijak dari uraian yang telah disebutkan, dapat disusun kemukakan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Majalah Kuntum dalam upaya menyediakan informasi keIslaman sebagai bentuk dakwahnya membagi dalam dua kategori. Yang pertama, menyediakan informasi keIslaman dalam berbagai bentuk tulisan seperti artikel, kolom, laporan, resensi buku, feature dan bentuk tulisan lainnya, yang disampaikan melalui rubrik-rubrik Majalah Kuntum. Yang kedua, Majalah Kuntum membuka konsultasi remaja atas permasalahan yang dimiliki oleh para pembaca yang sekiranya memerlukan bantuan pemecahan. Dan dialog antar para pembaca tentunya dengan mengirimkan lewat surat yang terdapat dalam rubrik surat terbuka dan balasan surat terbuka Majalah Kuntum. Dalam rubrik ini membahas mengenai permasalahan atau persoalan yang menyangkut realitas sosial di masyarakat yang bersifat problematik atau mengandung polemik. Rubrik ini ditujukan kepada siapa saja pembaca Majalah Kuntum.
2. Majalah Kuntum juga membuka usaha lain sebagai upaya dakwahnya yaitu dengan menjadi lembaga pelayanan umat yaitu dengan menerima dan melayani permintaan untuk menjadi pengisi dalam training dan pelatihan,

menjadi penceramah untuk pengajian dan menjadi pembicara untuk diskusi serta menjadi juri untuk lomba.

3. Dengan melihat penjualan oplag Majalah Kuntum pada tabel di atas yang jumlah oplag penjualannya sekitar 5500-6000 per bulannya pada tahun 1995-2000 dan pada tahun 2001-2005 oplag yang terjual sebanyak 5000-5500 per bulannya, peluang Majalah Kuntum dalam memberikan informasi keIslaman pada pembaca sebagai aktivitas dakwahnya memiliki peluang besar. Dengan beragam konsumen atau pembaca dari Majalah Kuntum (pada tabel). Serta dengan segala kemudahan dan kelebihan yang dimiliki media cetak (majalah) dapat dikatakan pula sebagai peluang majalah dalam memberikan informasi keIslaman yang digunakan sebagai media dakwah.
4. Strategi Majalah Kuntum yang dilakukan agar dapat dikenal dan diminati serta dikonsumsi oleh para pembaca khususnya para pelajar dan remaja di tanah air dengan menitipkan majalah Kuntum lewat agen, kios koran dan melakukan penyebaran informasi di mana bisa mendapatkan Majalah Kuntum, melakukan promosi Majalah Kuntum seluas-luasnya yaitu dengan melakukan promosi di berbagai kegiatan pengajian, pameran, pelatihan, seminar, kkn dll. Serta memberikan atau menyebarkan edisi gratis ke sekolah-sekolah, promosi pada kegiatan-kegiatan pelajar dan mejadi sponsor untuk kegiatan-kegiatan. melakukan silaturahmi dengan para pelanggan, agen atau sekolah yaitu silaturahmi rutin yang dilakukan oleh bagian distribusi. Dan melakukan kunjungan atau peka terhadap moment

penting di sekolah dan komunitas pelanggan serta mengundang pelanggan atau agen untuk bersilaturahmi ke kantor Majalah Kuntum.

## **B. Saran**

1. Penelitian dalam karya tulis ini diharapkan dapat dijadikan sebagai suatu titik awal dari penelitian-penelitian berikutnya mengenai bentuk dakwah melalui media cetak (majalah), khususnya Majalah Kuntum. Penulis melihat bahwa bentuk atau upaya dakwah Majalah Kuntum selain memberikan informasi keislaman, membuka konsultasi bagi para pembaca, dialog antar para pembaca juga sudah bergerak secara nyata dengan menjadi lembaga pelayanan umat dengan melayani permintaan untuk menjadi penceramah dalam pengajian, menjadi pembicara dalam kegiatan training dan yuri untuk lomba, mengadakan silaturahmi dengan pelanggan atau sekolah oleh bagian distribusi, kunjungan Majalah Kuntum (peka terhadap momen penting di sekolah dan komunitas pelanggan, pemberian Majalah Kuntum pada kegiatan pengajian, pameran, pelatihan, seminar, kkn dll).
2. Majalah Kuntum yang mengusung visi sebagai majalah Islami sebagai media komunikasi, ekspresi dan informasi hendaknya tidak hanya berorientasi dikonsumsi pada para pelajar di sekolah Muhammadiyah saja, mengingat Majalah Kuntum diperuntukkan bagi para pelajar. Sebagai upayanya untuk menjaring pembaca yang banyak, perlu dikolektifkan juga

bagi sekolah negeri atau swasta lainnya (di luar sekolah Muhammadiyah) dalam rangka memperluas dakwah bagi para pelajar.

### **C. Penutup**

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmad dan hidayah-Nya sehingga akhirnya penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan dorongan baik moral dan spiritual, penulis ucapkan terimakasih. Penulis yakin bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, karena keterbatasan kemampuan. Maka saran dan kritik yang bersifat konstruktif penulis harapkan. Harapan penulis, skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan keilmuan bagi penulis dan semua pihak serta menambah khasanah keilmuan di bidang ilmu dakwah.





STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Mash, Badr Abdurrazzaq. 1995. *Manhaj Dakwah Hassan Al Banna*. Solo: Citra Insani Press
- Anderson, Renold H. 1987. *Pemilihan dan Pengembangan Media Untuk Pembelajaran*. Jakarta: PT. Rajawali
- Andi Darmawan (ed). 2002. *Metodologi Ilmu Dakwah*. Yogyakarta: Lembaga Studi Filsafat Islam
- Anshari, KHM. Isa. 1979. *Mujahid Dakwah*. Bandung: CV. Diponegoro
- Aqib, Suminto. 1984. *Problematika Dakwah*. Jakarta: Pustaka Panji Mas
- Ardhana, Sutiman Eka. 1995. *Jurnalistik Dakwah*. Yogyakarta: PT. Pustaka Pelajar
- Ashadi, Siregar dan I Made Suarjana (Penyunting). 1995. *Bagaimana Mempertimbangkan Artikel Opini Untuk Media Massa*. Yogyakarta: Kanisius
- Budiyono, Amrullah Haris. 2004. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: PT. Graha Ilmu
- Daulay, Hamdan. 2001. *Dakwah di Tengah Persoalan Budaya dan Politik*. Yogyakarta: Lesfi
- Departemen Agama RI. Al Qur'an dan Terjemahannya
- Effendy, Onong Uchyan. 2002. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Metodologi Research 2*. Yogyakarta: Andi Offset
- Handoko, T. Hani. 1995. *Manajemen Edisi 2*. Yogyakarta: PT. BPFE
- M. Romli, Asep Syamsul. 2003. *Jurnalistik Dakwah Visi dan Misi Dakwah Bil Qalam*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- . 2003. *Jurnalistik Praktis Untuk Pemula*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Jusuf Syarief Badudu, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*



- Koenjaraningrat. 1985. *Metode-metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT. Gramedia
- Kusnadi, Wawan. 1996. *Komunikasi Massa Analisis Sebuah Media Televisi*. Jakarta Rineka Cipta
- Kusnawan, Aep. 2004. *Berdakwah Lewat Tulisan*. Bandung: PT. Mujahid Dakwah Press
- Liliweri, Al. 1991. *Memahami Peran Komunikasi Massa dalam Masyarakat*. Bandung: PT. Citra Aditya Bhakti
- Moleong, Lexy. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: remaja Rosdakarya
- Sadiman, Aris (dkk. 1996. *Media Pendidikan: Pengertian, Pengembangan dan Pemanfaatannya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Shaleh, Abd. Rosyad. 1976. *Manajemen Dakwah Islam*, Jakarta: PT. Bulan Bintang
- Silalahi, Ulbert. 1996. *Pemahaman Praktis Asas-asas Manajemen*. Bandung: PT. Mandar Maju
- Slamet, Muhaimin ABDA.1994. *Prinsip-prinsip Metodologi Dakwah*. Surabaya: PT. Al-Ikhlas
- Soesono, Slamet. 1995. *Tehnik Penulisan Ilmiah Populer*. Jakarta: Gramedia
- Sondang, P. Siagian. 1995. *Manajemen Strategik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Sri Wahyuni, Agustinus. 1996. *Manajemen Strategik Pengantar Proses Berfikir Strategik*. PT. Bina Rupa Aksara
- Surahmad, Winarno. 1990. *Pengantar Penelitian Ilmu Dasar Metode Dasar Metode Tehnik*. Bandung: Tarsito
- Syukir, Asmuni. 1983. *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al- Ikhlas