

**ASPEK-ASPEK KREATIVITAS DALAM BULLETIN ASH-SHAHABI
(ANALISIS ISI PESAN-PESAN DAKWAH)**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
untuk memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Sosial Islam**

Oleh :

MEITA JANIARTI

01210744

STATE UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

**KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
YOGYAKARTA**

2006



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

PENGESAHAN

Nomor : UIN.02/DD/PP.00.9/1389/2006

Judul Skripsi : **ASPEK-ASPEK KREATIVITAS DALAM BULLETIN ASH-SHAHABI**
(Analisis Isi Pesan-Pesan Dakwah)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Meita Januarti

NIM : 01210744

Telah dimunaqsyahkan pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 16 Agustus 2006

Dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga

SIDANG DEWAN MUNAQOSYAH

Ketua Sidang

Drs. H.M. Kholili, M.Si.
NIP. 15022294

Sekretaris Sidang

Dra. Evi Septiani TH, M.Si.
NIP. 150252261

Pembimbing

Casmini, S.Ag., M.Si.
NIP. 150276309

Penguji I

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

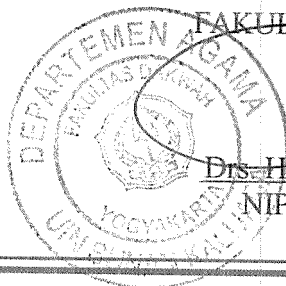
Penguji II

Alimatul Qibtiyah, M.Si., M.A.
NIP. 150276306

Yogyakarta, 30 Agustus 2006

UIN SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH
DEKAN

Drs. H. Anif Rifai, MS
NIP. 150222293



CASMINI, S.Ag, M.Si.
Dosen Fakultas Dakwah
UIN Sunan Kalijaga

NOTA DINAS

Hal : Skripsi Sdri. Meita Janiarti
Lamp : 6 Eksemplar

Kepada :

Yth : Bpk Dekan Fakultas Dakwah
di-
Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah memberikan bimbingan dan memberikan petunjuk perbaikan pada kripsi saudara :

Nama : Meita Janiarti

NIM : 01210744

Fak/Jur : Dy / KPI

Judul : **ASPEK-ASPEK KREATIVITAS DALAM BULLETIN
ASH-SHAHABI (ANALISIS ISI PESAN-PESAN DAKWAH)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan dalam sidang muqosyah.

Demikianlah persetujuan ini saya buat atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

'assalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 19 Juli 2006

Pembimbing ;



CASMINI, S.Ag, M.Si.
NIP : 150276309

MOTTO

**“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan,
sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan” ***

**“Orang yang paling kreatif adalah
orang yang pada dirinya tiada hal yang hilang.....” ****



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

* QS. Al-Insyirah (94) : (5-6)

** Isabelle Zieqler, The Creative Writer's Hand's Book, hlm: 101

PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan kepada :

- ❖ Ayahanda “Mochtar B.” dan Ibunda “ Muslimah”, orangtua yang telah memberikan kasih sayang, jerih payah dan doanya padaku, sambil memohon kepada Allah SWT agar aku memperoleh ajakan kebaikan. Agar ajakan itu menjadi simpanan amal pada hari perpisahan nanti. “Pada hari ketika manusia lari dari saudaranya, dari ibu dan ayahnya, dari istri dan anak-anaknya. Setiap orang dari mereka pada hari itu mempunyai urusan yang cukup menyibukkannya” (QS . ‘Abasa : 34-37).
- ❖ Kakak-kakakku : Meity Zuriah dengan segala kebaikannya yang telah banyak membantuku dalam perkuliahan, Muhrian Julianto, Muhlizar Juniardi.
- ❖ Kepada beliau yang telah memperbaiki tarbiyahku.
- ❖ My inspiration Sulaeman Mahfudz.
- ❖ Teman-teman kelas KPI-D Fakultas Dakwah angkatan 2001.
- ❖ Almamater UIN Sunan Kalijaga .

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya milik Allah SWT. Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada hamba paling mulia, junjungan kita nabi Muhammad SAW, beserta ahli keluarga dan para sahabatnya.

Dengan senantiasa mengharapkan taufiq dan hidayah, ampunan dan rahmat-Nya, penulis mengucapkan rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini, sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Sosial Islam pada Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga.

Sebagai rasa syukur penulis kepada beberapa pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, maka tak lupa penulis haturkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dekan Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga beserta seluruh staffnya.
2. Ibu Casmini, S.Ag, M.Si, yang telah bersedia memberi bimbingan kepada penulis dengan segala kebaikan dan pengertiannya dalam mencurahkan fikiran, waktu dan tenaga.
3. Bapak Drs.H. Akhmad Rifa'i, M.Phil, selaku ketua jurusan KPI dan para karyawan/ti Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Drs. Abdul Rozak, selaku pembimbing akademik
5. Keluarga Santri Sewilayah III Cirebon (KSC) khususnya redaksi bulletin Ash-Shahabi, yang telah membantu dalam memberikan kesempatan menganalisa dan mengumpulkan data.

6. Keluarga besarku di Bangka; Bapak, ibu, kakak-kakakku yang banyak mengajarku, mendidik, membantu dan mendoakanku dalam susah senangku.
7. Keluarga Beber Cirebon, atas perhatian yang telah diberikan.
8. Semua pihak yang telah membantu, menyemangati, mendoakan penulis, hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Terimakasih kepada semuanya...

Skripsi ini mengungkapkan aspek-aspek kreativitas dan analisa terhadap pesan-pesan dakwah pada suatu bulletin. Semoga hasilnya memberi manfaat bagi semua pihak. Penyusun yakin akan adanya kekurangannya, maka mohon pembetulan yang konstruktif demi perbaikan lebih lanjut.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 19 Juli 2006

Penyusun



Meita Janiarti

01210744

DAFTAR TABEL

Tabel 1	: Materi bulletin Ash-Shahabi pesan dakwah tipe Aqidah	60
Tabel 2	: Materi bulletin Ash-Shahabi pesan dakwah tipe Akhlak	67
Tabel 3	: Materi bulletin Ash-Shahabi pesan dakwah tipe Ibadah	87
Tabel 4	: Materi pesan-pesan dakwah dalam artikel Buletin Ash-Shahabi mulai bulan Januari- November 2004.	95
Tabel 5	: Prosentase pesan-pesan dakwah Kajian Utama Buletin Ash-Shahabi . . .	96



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA DINAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR ISI	ix
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Penegasan Istilah	1
B. Latarbelakang	2
C. Rumusan Masalah	7
D. Alasan Pemilihan judul	7
E. Tujuan Penelitian	8
F. Kegunaan penelitian	8
G. Telaah Pustaka	9
H. Kerangka Teoritik	10
1. Pembahasan Tentang Kreativitas	10
2. Pembahasan Tentang Buletin	20

3. Pembahasan Tentang Pesan-pesan Dakwah	26
I. Metode Penelitian	31
1. Objek Penelitian	31
2. Subjek Penelitian	31
3. Metode Pengumpulan Data	31
a. Dokumentasi	32
b. Wawancara	32
4. Analisa Data	33

BAB II : GAMBARAN UMUM BULETIN ASH-SHAHABI

A. Sejarah dan Latar Belakang penerbitan	36
B. Dasar dan Tujuan penerbitan	37
C. Letak Geografis dan Kondisi Kantor Redaksi	38
D. Sumber Dana Pengelolaan	38
E. Sirkulasi dan Pemasaran	39
F. Struktur Organisasi	39
G. Rubrik-rubrik Tetap	45
H. Proses Penerbitan Buletin	46

BAB III : PENYAJIAN DAN ANALISA DATA

A. Aspek-aspek Kreativitas dalam Buletin Ash-Shahabi	48
a. Aspek Administratif	48
b. Aspek Akademis	49
c. Aspek Orisinilitas	51
d. Aspek Psikologis	52
B. Klasifikasi Pesan-Pesan Dakwah	56
a. Pesan-pesan Dakwah Bertipe Aqidah	58
b. Pesan-pesan Dakwah Bertipe Akhlak	66
c. Pesan-pesan Dakwah Bertipe Ibadah	86
C. Prosentase	95

BAB IV : PENUTUP

A. Kesimpulan	98
B. Saran-saran	99
C. Kata Penutup	99



DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Istilah

Untuk membatasi permasalahan yang akan diteliti dan mempertegas penelitian yang berjudul “ ASPEK-ASPEK KREATIVITAS DALAM BULETIN ASH-SHAHABI (Analisis Isi Pesan-Pesan Dakwah)”, maka penyusun akan memperjelas arti istilah-istilah yang terdapat dalam judul tersebut yaitu :

1. Kreativitas

Kreativitas adalah kemampuan untuk mencipta : daya cipta.¹ Kreativitas adalah kemampuan untuk melihat sesuatu dengan alternatif, dengan cara baru atau prosedur baru dibanding dengan yang biasa dilakukan sehingga terdapat peningkatan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas.² Kreatif dalam hal ini dapat diartikan sebagai kegiatan atau prosedur untuk meningkatkan kualitas isi bulletin Ash-Shahabi, ditinjau dari beberapa aspek kreativitas.

¹ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Ke-2 (Jakarta: Balai Pustaka, 1999), hlm: 529

² Fuad Nashori dan Rachmy Dian Mucharram, *Mengembangkan Kreativitas dalam Perspektif Psikologi Islam*, (Yogyakarta : Menara Kudus, 2002), hlm : 142.

2. **Bulletin Ash-Shahabi**

Bulletin adalah media cetak berupa selebaran atau majalah berisi warta singkat atau pernyataan tertulis yang diterbitkan secara periodik oleh suatu organisasi atau lembaga untuk kelompok profesi tertentu.³ Bulletin Ash-Shahabi adalah nama bulletin dwi mingguan yang diterbitkan oleh organisasi Keluarga Santri sewilayah III Cirebon (KSC) sebagai media dakwah. Bulletin ini sejak awal terbitnya yakni tahun 1999 sampai dengan sekarang, masih dalam mengalami perkembangan. Alamat redaksinya di Jl. K.H. Ali Maksum Gg.Mawar No.138 Krapyak Kulon Yogyakarta. Adapun bulletin Ash-Shahabi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah dibatasi pada terbitan edisi Januari 2004 sampai dengan November 2004.

3. **Analisis Isi Pesan-pesan Dakwah**

Analisis adalah penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan.⁴ Berelson mendefinisikan analisis isi adalah teknik penelitian untuk mendeskripsikan secara objektif, sistematis dan kuantitatif isi komunikasi

³ Departemen Pendidikan Dan kebudayaan, *op.cit.* hlm: 153.

⁴ W.J.S.Poerwadarminto, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 1978), hlm: 12.

yang tampak (manifest).⁵ Adapun yang penyusun maksudkan dengan analisis isi pesan-pesan dakwah di sini adalah penguraian pesan-pesan yang terdapat dalam Artikel bulletin Ash-shahabi, yang dapat dinilai atau mengandung pesan dakwah berdasarkan sumber dari Al-qur'an dan Sunnah.

Maka secara keseluruhan yang dimaksud dengan pengertian judul di muka adalah suatu analisa terhadap aspek-aspek kreativitas serta pesan-pesan dakwah yang terkandung di dalam bulletin Ash-shahabi.

B. Latar Belakang

Pada dasarnya dakwah Islam merupakan proses transformasi dan perubahan dari yang tidak baik ke arah yang baik, dan dari yang baik ke arah yang lebih baik, hingga terbangun kehidupan individu dan kemasyarakatan yang Islami. Dakwah dilaksanakan dalam usaha menyebarkan ajaran Islam kepada manusia, secara individu maupun kelompok. Dalam menyampaikan dakwah, umat Islam pada umumnya mempunyai kewajiban secara syar'i untuk melakukannya, dan juga harus dapat menyesuaikan diri dengan sarana-sarana mutakhir seperti TV, radio, film, majalah, surat kabar, buletin ataupun sarana cetak lainnya.

⁵ Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2001), hlm : 145.

Dakwah bil qalam (umumnya disebut pers) mempunyai banyak keistimewaan di antaranya; cakupan lebih luas, menjangkau khalayak dan pesan yang disampaikan dapat dibaca berulang-ulang, sehingga lebih mudah dipahami. Dan dapat pula merangsang proses pengambilan keputusan serta membantu mempercepat proses peralihan masyarakat dari tradisional ke modern. Namun permasalahannya tidak banyak pers Islam yang mampu membawa peran dan fungsi tersebut, masih banyak pers Islam cukup bangga dengan peran perjuangannya membela Islam Lillahita'ala saja, padahal pers Islam sekarang dituntut untuk terus berkembang seiring dengan realitas saat ini yang menunjukkan kecenderungan meningkatnya minat baca kalangan menengah Islam dan elit Islam terhadap pers Islam, seiring dengan perkembangan pemikiran keislaman dan politik Islam dilapisan elit penguasa politik dan ekonomi.⁶

Buletin sebagai bagian dari media komunikasi massa disamping berfungsi untuk menyampaikan informasi, mendidik, menghibur, juga dapat dimanfaatkan untuk mengemban misi tertentu agar dapat mengubah dan mempengaruhi perilaku maupun pengetahuan pembaca sesuai dengan misi yang diemban oleh bulletin tersebut. Ditinjau dari waktu terbitnya maka kita mengenal bulletin mingguan, dwi mingguan, bulanan, tri wulanan dan lain-lain. Jika ditinjau dari isi pesan yang disampaikannya maka kita mengenal adanya bulletin dakwah, bulletin bisnis, bulletin organisasi, dan sebagainya.

⁶ Muhammad Nurul Amin, *Mengembangkan Visi dan Keterbukaan Pers Islam*, (Pelita, No. 6642 tahun XXII, Rabu, 3 Mei 1995), kolom 8/1, hlm: 4-9.

Bulletin adalah salah satu jenis media yang disebut sebagai pers komunitas. Yaitu pers yang mana khalayak pembacanya terdiri atas komunitas terbatas seperti bulletin yang berada dalam lingkungan suatu organisasi, instansi, dan perusahaan. Dan buletin Ash-Shahabi dapat dikatakan sebagai pers komunitas karena, bulletin ini dikelola oleh organisasi KSC. Buletin Ash-Shahabi menyajikan beberapa macam rubrik (materi) antara lain tentang Artikel, Resensi, IPTEK, dan Info Kesehatan. Dengan disajikannya beberapa macam rubrik dalam bulletin tersebut diharapkan dapat memberikan informasi, menambah pengetahuan, bertambahnya pengalaman, memberi hiburan, dan memberi solusi yang terbaik bagi pembaca.

Berkenaan dengan kreatifitas, maka pada dasarnya pemikiran kreatif adalah sama dalam segala bidang kegiatan manusia. Pemikiran itu berdasarkan asas-asas yang sama dan menempuh tahap-tahap yang sama dalam menciptakan ilmu, teknologi, atau kesenian. Seseorang yang merumuskan sebuah teori ilmiah, mengarang sebuah cerita, menggubah sebuah lagu, menulis dan membuat sebuah lukisan semuanya melakukan pemikirin kreatif dengan daya khayal yang sama. Kemampuan seseorang yang mampu menciptakan buah pikiran baru disebut kreativitas dan orangnya dinamakan pribadi kreatif. Sehingga pemikiran yang kreatif adalah suatu rangkaian tindakan yang dilakukan dengan menggunakan akal budinya untuk menciptakan buah pikiran baru dari kumpulan ingatan yang berisi berbagai ide, keterangan, konsep, pengalaman, dan pengetahuan.

Manfaat dari kreatifitas yang dapat dikembangkan dan dimiliki seseorang bagi kehidupannya di dunia ini besar sekali. Karena kemampuan itu adalah kemampuan kita untuk menyesuaikan diri pada perubahan, ini menjadi intisari bagi kelangsungan hidup manusia. Maka setiap orang perlu menemukan berbagai tantangan dari kehidupan sehari-hari, oleh karenanya kreatifitas akan menjadi ketrampilan untuk kelangsungan hidup.

Dalam hal ini kreativitas dilihat dari sudut pandang jurnalistik. Ciri utama bahasa jurnalistik adalah sederhana, jelas, lugas, mudah dimengerti dan dipahami artinya, menarik, segar, dan komunikatif. Juga dilihat bagaimana proses menulis menjadi suatu kegiatan kreativitas yang terencana dengan baik, menghasilkan tulisan dengan analisis isi yang tajam, ide yang cemerlang dalam memberikan solusi, serta adanya peningkatan kualitas tulisan. Oleh sebab itu dengan semua proses tersebut diharapkan, kreativitas mampu terus ditingkatkan demi eksistensi suatu bulletin. Pada akhirnya kreatifitas juga sangat penting bagi tim kreatif atau redaksi, untuk terus mengembangkan bulletin Ash-Shahabi menjadi bulletin yang berkualitas. Agar ide atau buah pikirannya yang terdapat dalam bulletin tersebut dapat bermanfaat bagi penulis dan juga bagi khalayak pembaca.

Ketertarikan penyusun untuk mengadakan penelitian terhadap bulletin tersebut adalah menurut penyusun bulletin ini mempunyai pesan dakwah yang isinya sudah diformat dengan baik, tema-temanya cukup menarik dengan format yang berbeda dengan bulletin yang lain dan juga penampilan covernya yang sederhana. Akan tetapi selain itu ada hal yang menjadi perhatian bagi penyusun

yaitu penggunaan istilah-istilah yang rumit tanpa disertai penjelasan selanjutnya, judul-judul artikelnya agak datar, maka hal ini akan penyusun analisa dari aspek-aspek kreativitas yang didukung oleh teori jurnalistik.

Buletin tersebut juga menurut peneliti relevan dengan latar belakang fakultas dan jurusan peneliti, yaitu fakultas dakwah jurusan Komunikasi Penyiaran Islam. Berangkat dari latar belakang persoalan tersebut peneliti tertarik mengadakan penelitian terhadap bulletin Ash-Shahabi. Dengan pemilihan judul “Aspek-aspek Kreativitas dalam Bulletin Ash-shahabi (Analisis Isi Pesan-pesan Dakwah)”.

C. Rumusan Masalah

Melihat pemaparan dan uraian dari latar belakang tersebut, maka yang menjadi pokok permasalahannya adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana aspek-aspek kreatifitas pada materi bulletin Ash-Shahabi?
2. Bagaimana pesan-pesan dakwah dalam bulletin Ash-Shahabi?

D. Alasan Pemilihan Judul

Beberapa faktor yang mendorong penyusun untuk memilih judul ”Kreativitas dalam Buletin Ash-Shahabi (Analisis Isi Pesan-pesan Dakwah)” tersebut adalah :

1. Berdasarkan sumber informasi dari Al-Qur’an surat Ali-Imran ayat 104, yang artinya : “ Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru

kepada kebajikan, menyuruh kepada yang makruf dan mencegah dari yang mungkar, merekalah orang-orang yang beruntung”. Ayat ini menjadi motifasi yang kuat bagi umat Islam untuk menyebarkan dakwah.

2. Kreatifitas mempunyai manfaat yang sangat besar bagi kehidupan manusia, tak terkecuali bagi seorang penulis, dengan tulisannya dalam menyampaikan informasi diharapkan mampu memberikan solusi, dan membuka cakrawala pemikiran yang menambah pengetahuan bagi penulis dan pembaca.
3. Kegiatan dakwah melalui media massa seperti bulletin dengan pesan dakwah yang disajikannya, dapat tersebar dan diterima oleh banyak kalangan.

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui lebih jelas aspek-aspek kreatifitas dalam bulletin Ash-Shahabi.
2. Untuk mengetahui pesan-pesan dakwah dalam bulletin Ash-Shahabi.

F. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menambah pengetahuan bagi peneliti khususnya dan sumbangan pengetahuan ilmu dakwah dalam kaitannya aspek-aspek kreativitas dalam suatu bulletin.

2. Sebagai sumbangan pemikiran kepada pihak bulletin Ash-Shahabi agar lebih meningkatkan aspek-aspek kreativitas dan pesan-pesan dakwah pada materi bulletin.

G. Kajian Pustaka

Berbicara tentang “Aspek-Aspek Kreativitas dalam Buletin Ash-Shahabi (Analisis Isi Pesan-pesan Dakwah)” memang belum ada yang menyinggungnya dalam bentuk karya ilmiah. Berbeda dengan karya ilmiah lainnya tentang bulletin, banyak ditemukan antara lain, seperti :

Pertama, dalam skripsinya Muridan yang berjudul : *Pesan-pesan Dakwah Dalam Bulletin Dakwah Wa Islama Edisi Januari 1999-Desember 1999*. DY. KPI. 2000. Membahas tentang bagaimana bulletin tersebut merupakan salah satu bentuk dakwah yang perlu dikembangkan sehingga sesuai dengan ajaran Islam dan mengetengahkan tipe-tipe pesan dakwah yang terdapat dalam bulletin.

Kedua, skripsinya Musrifah yang berjudul : *Misi dan Orientasi Pers Islam (Studi Pada Buletin Risalah Jumat Majelis Tabligh PWM DIY)*. DY. KPI. 2001. Membahas tentang bulletin tersebut yang masuk pada kategori *crusade journalism* yakni jurnalistik yang memperjuangkan nilai-nilai Islam dan merupakan salah satu bentuk pers Islam yang membawa misi *amar ma'ruf nahi munkar* dan secara implisit membawa misi Muhammadiyah.

Ketiga, dalam skripsinya Nok Masyrokhatun Hasanah yang berjudul : *Studi Tentang Pesan-pesan Dakwah Buletin Jum'at Al Ikhtilaf*. DY. KPI. 2000.

Bahwa bulletin tersebut mengembangkan pemikiran-pemikiran yang baru yaitu pemikiran-pemikiran nilai-nilai dakwah Islam yang kontemporer. Dapat dilihat pada syair-syair dakwah yang disajikan dalam artikel-artikel bulletin Jum'at Al-Ikhtilaf.

Keempat, skripsinya Agus Purnomo yang berjudul : *Analisis Isi Pada Kolom Khotbah Jum'at di Majalah Suara Muhammadiyah (Edisi Juli 2002- juni 2003)*. DY. KPI. 1999. Dalam skripsi tersebut menerangkan tentang pesan-pesan dakwah yang lebih banyak didominasi oleh pesan dakwah jenis akhlak. Serta memaparkan bahwa tujuan utama kolom khotbah jum'at adalah menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada para pembacanya.

Dari beberapa karya ilmiah dimuka, banyak menyinggung tentang bulletin dan pesan-pesan dakwah yang terkandung didalamnya, serta tujuan yang ingin dicapainya. Maka, bedanya dalam skripsi ini penyusun juga menekankan tentang aspek-aspek kreativitas yang mendukung kualitas bulletin sebagai media dakwah.

H. Kerangka Teoritik

1. Pembahasan tentang Kreativitas

a. Definisi Kreativitas

Kreativitas merupakan suatu bidang yang kompleks, yang menimbulkan berbagai perbedaan pandangan. Adapun kreativitas didefinisikan, sangat berkaitan dengan penekanan pendefinisian dan

tergantung pada dasar acuannya. Kreativitas dapat didefinisikan ke dalam empat jenis dimensi, yaitu dimensi *person*, *process*, *product* dan *press*.

Definisi kreativitas dimensi *person* seperti dikemukakan Guilford; *Creativity refers to the abilities that are characteristics of creative people*. Definisi kreativitas yang menekankan dimensi *process* seperti diajukan Munandar: *Creativity is process that manifest in self in fluency, in flexibility as well in originality of thinking*. Definisi kreativitas dari dimensi *product* sebagaimana dikemukakan oleh Baron bahwa: *Creativity is the ability to bring something new into existence*. Dari dimensi *press*, Amabile mengemukakan bahwa : *Creativity can be regarded as the quality of product or respons judged to be creative by appropriate observers*.

Menurut Fuad Nashory dan Rachmy Dian, kreativitas berarti kemampuan untuk melihat sesuatu dengan alternatif, dengan cara baru atau prosedur baru dibanding dengan yang biasa dilakukan sehingga terdapat peningkatan efisiensi, efektivitas, dan produktivitas. Dalam hal ini penyusun akan menekankan kreativitas pada dimensi *press*, walaupun pada dasarnya terdapat persamaan antara definisi-definisi tersebut bahwa intinya kreativitas merupakan kemampuan untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata, baik dalam karya baru maupun kombinasi dengan hal-hal yang sudah ada, yang semuanya itu relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya.

Kreativitas menurut Guilford berdasarkan analisisnya, menemukan ada lima ciri yang menjadi sifat kemampuan berfikir yaitu:

Pertama : Kelancaran berfikir (*Fluency of thinking*), yaitu kemampuan untuk menghasilkan banyak ide atau gagasan yang keluar dari pemikiran seseorang secara cepat. *Kedua* : Keluwesan (*Flexibility*) yaitu kemampuan untuk mengajukan bermacam-macam pendekatan atau jalan pemecahan terhadap masalah. *Ketiga* : Elaborasi (*Elaboration*) yaitu kemampuan untuk menguraikan sesuatu secara terperinci dalam mengembangkan gagasan atau situasi sehingga menjadi lebih menarik. *Keempat* : Keaslian (*Originality*) yaitu kemampuan untuk mencetuskan gagasan unik atau kemampuan untuk mencetuskan gagasan asli sebagai hasil pemikiran sendiri dan tidak klise.⁷

b. Aspek-aspek kreativitas dalam menulis (artikel)

Menurut AS Haris Sumadiria sebagai proses kreatif, dalam menulis kita harus menyiapkan beberapa hal, antara lain: (a) aspek administratif, (b) aspek akademis, (c) aspek orisinal, dan (d) aspek psikologis. Aspek-aspek tersebut, merupakan persyaratan elementer yang harus diperhatikan oleh penulis dan juga redaksi buletin.

⁷ Fuad Nashori dan Rachmy Dian Mucharram, *Mengembangkan Kreativitas dalam Perspektif Psikologi Islam*, (Yogyakarta : Menara Kudus, 2002), hlm: 42-44.

a) Aspek administratif

Dalam aspek ini yang menjadi perhatian utama adalah kelancaran finansial atau keuangan dari pengelola buletin atau redaksi, untuk memperlancar sirkulasi buletin sampai ketangan pembaca. Karena tanpa manajemen keuangan yang terarah dan terencana maka hal tersebut dapat menghambat proses terbitnya buletin tepat pada waktu yang ditentukan.

b) Aspek akademis

Aspek akademis disini dapat dilihat dari cara penulisan untuk memudahkan penulis dalam menulis sekaligus menghindari tumpang tindih bahasan. Penulis harus memperhatikan penggunaan pola 3P (pendahuluan, pembahasan, penutup). Selanjutnya adalah istilah teknis. Istilah teknis dapat kita lihat pada penulisan kata-kata yang belum umum dipahami oleh khalayak pembaca, misalnya istilah-istilah yang digunakan dalam dunia kedokteran, maka penulisan tersebut sebaiknya dijelaskan dalam tanda kurung, agar isi dan maksud dari tulisan tersebut dapat dipahami artinya dengan mudah.

c) Aspek orisinalitas

Materi yang kita tulis dan hendak dikirimkan pada suatu redaksi, adalah asli merupakan karya kita, bukan hasil menjiplak atau membajak. Segala sesuatu ada ilmunya, demikian juga dalam menulis dan mengutip pendapat atau karya orang lain, supaya kita tidak

terjebak pada suatu kesimpulan bahwa kita adalah penulis yang tidak kredible dan juga tidak kreatif. Orisinal juga dapat dilihat dari format buletin dan jenis materi yang disajikan dalam buletin. Sehingga menjadikan buletin tersebut nampak khas dan berbeda dari yang lainnya.

d) Aspek psikologis

Menulis adalah kegiatan kreatif yang sangat mengasyikan. Anggapan menulis adalah pekerjaan yang memberatkan sebetulnya tidak sepenuhnya benar. Karena itu sebaiknya penulis membuat suasana menulis menjadi menyenangkan, salah satu cara untuk merilekskan pikiran adalah dengan memutar musik-musik pilihan sesuai dengan selera. Secara psikologis, musik bisa membuat hati ceria, terinspirasi dan termotivasi. Artinya, secara psikologis dan bahkan juga secara biologis, penulis harus menciptakan situasi kejiwaan yang menyenangkan. Untuk bisa menjadi penulis produktif, maka kuncinya adalah disiplin. Karena penciptaan kondisi nyaman dan kebebasan psikologis, memungkinkan timbulnya kreativitas yang konstruktif. Sehingga kecenderungan atau dorongan untuk mewujudkan potensinya merupakan motivasi primer untuk berkreasi dalam upaya menjadi dirinya sebagai penulis sepenuhnya.⁸

⁸ AS Haris Sumadiri, *Menulis Artikel dan Tajuk Rencana*, (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2005) hlm : 20-22

Ahli kreativitas Conny Semiawan dkk mengungkapkan bahwa, kreativitas adalah potensi yang pada dasarnya dimiliki setiap orang berada dalam derajat yang berbeda-beda. Hal tersebut mengisyaratkan bahwa setiap orang mempunyai cara atau ide yang berbeda-beda untuk mensiasati kegiatan kreatif yang nampaknya sulit menjadi pekerjaan yang menyenangkan bagi psikis dan juga fisiknya.

Hal lainnya yang juga harus diperhatikan adalah dari sisi psikologis sipembaca. Kita dapat menilai kebutuhan psikologis pembaca dengan sesuatu hal yang kasat mata saja yaitu bagaimana sasaran pembaca, usia pelajar atau bukan? Komunitas terbatas atau tidak?

c. Sumber ide kreatif

Bentuk ide bisa berupa apa saja, karena sifatnya masih sangat umum. Bisa dalam bentuk sebuah kata, kalimat, gambar, simbol, isyarat, bisa juga nama orang, hewan, tumbuhan. Dari hal tersebut maka akan muncul gagasan. Secara sederhana gagasan adalah cikal bakal suatu kegiatan atau pekerjaan yang akan kita lakukan. Dalam bahasa psikologi, gagasan adalah sesuatu hal yang memotivasi seseorang untuk melakukan suatu pernyataan, sikap, atau tindakan tertentu. Bagi seorang penulis, tidak ada istilah kekeringan atau kehabisan ide. Ide ada dimana saja dan bisa dicari kapan saja serta oleh siapa saja. Syaratnya, tentu saja kita harus mengundangnya supaya datang. Caranya macam-macam, namun yang terpenting adalah kita

harus banyak membaca, melihat, mendengar, dan banyak berbuat atau mengalami suatu hal secara langsung.

Menurut Wayne N. Thompson sumber ide yang kemudian diangkat menjadi sumber topik didapatkan dari, antara lain :

- a) Pengalaman pribadi
- b) Hobi atau ketrampilan
- c) Pengalaman kerja atau profesi, pelajaran sekolah, kuliah, penataran atau pelatihan.
- d) Pendapat dan hasil pengamatan sendiri seperti kritikan, pada buku, puisi, lagu-lagu, lukisan dan lain-lain.
- e) Peristiwa aktual, yakni peristiwa yang sedang atau baru terjadi dan menjadi sorotan serta pembicaraan publik yang menjadi berita halaman muka surat kabar, berita radio dan televisi.
- f) Peristiwa yang bakal terjadi
- g) Masalah abadi seperti agama, pendidikan, kemanusiaan.
- h) Masalah masyarakat yang belum selesai seperti KKN (kolusi, korupsi, dan nepotisme).
- i) Kejadian khusus seperti peringatan atau perayaan hari-hari bersejarah.
- j) Minat khalayak seperti kesehatan, pengembangan diri, ilmu, profesi.

Walaupun demikian, tidak semua ide dapat ditulis untuk artikel surat kabar, tabloid, buletin, atau majalah meski ide tersebut menarik dan orisinal. Ide masih berupa gagasan yang bersifat abstrak, konseptual. Ide harus

ditingkatkan menjadi topik secara kongkret sehingga operasional. Syarat ide yang baik merujuk pada tiga hal berikut :

a) Aktual

Maksudnya, gagasan apapun yang muncul harus mengandung unsur kebaruan, bukan sesuatu yang sudah usang. Ide aktual akan senantiasa menarik perhatian, mengusik rasa ingin tahu, dan sekaligus membuka cakrawala pengetahuan khalyak pembaca. Caranya, harus membiasakan diri untuk selalu bertanya : mengapa begini, dan mengapa begitu?

b) Relevan

Berarti ide itu jika ditulis memang sesuai dengan disiplin ilmu, latar belakang pendidikan, pengetahuan, atau bidang keahlian dan kemampuan diri. Prinsipnya kita harus tahu diri.

c) Terjangkau

Menunjuk pada daya dukung tenaga, biaya, sarana referensi, ide boleh saja menarik, tetapi kalau referansinya tidak ada atau sangat tidak memadai, kita tidak boleh memaksakannya untuk menjadi artikel. Artinya ide harus diseleksi terlebih dahulu, dipilih dan dipilah. Ide-ide itu kemudian dituangkan kedalam secarik kertas agar kita mudah memetakannya, selanjutnya ditingkatkan menjadi topik bahasan.⁹

⁹ Wayne N. Thompson, *Fundamentalis Of Communication*, (New York : Sage Publications, 1957), hlm : 50.

d. Teori ANSVA

Artikel adalah karya kreatif jurnalistik. Sebagai karya jurnalistik, artikel sangat bergantung pada dimensi ruang dan waktu. Artinya artikel harus dibuat dalam tempo singkat tetapi tetap akurat dan tajam. Akurat datanya, tajam analisisnya. Kemampuan menyusun pesan yang baik dalam artikel dengan menggabungkan tiga pendekatan : ilmu, seni, ketrampilan. Ilmu diperoleh dengan cara dipelajari, seni didapat dengan cara dijiwai, dan ketrampilan diraih dengan cara dilatih terus-menerus.

Menyusun pesan artikel yang baik dan menarik, dapat dilakukan dengan cara merujuk kepada teori ANSVA dari Alan H. Monroe. Menurut Monroe terdapat lima tahap urutan motif yang sesuai dengan cara berpikir manusia dalam formula ANSVA: Attention (perhatian), Need (kebutuhan), Satisfaction (pemuasan), Visualitazation (visualisasi), dan Action (tindakan).

a) Attention (perhatian)

Artikel harus memiliki daya tarik, membangkitkan minat baca, dan menggugah hasrat rasa ingin tahu khalayak pembaca. Terdapat dua cara untuk membangkitkan daya tarik yaitu judul yang provokatif dan intro (pembukaan) tepat. Hindari intro yang berkepanjangan dan membosankan.

b) Need (kebutuhan)

Artikel harus memenuhi kebutuhan khalayak seperti menyajikan informasi terbaru, data yang akurat, analisis yang tajam, pendapat dan sikap yang tegas. Memenuhi kebutuhan dan hasrat ingin tahu pembaca, adalah salah satu komitmen yang harus ditunjukkan oleh penuli

c) Satisfaction (pemuasan)

Artikel yang tidak bisa memuaskan kebutuhan khalayak pembaca, lambat atau cepat akan ditinggalkan, oleh sebab itu pers harus dapat memuaskan kebutuhannya itu, karena pembaca berpikir logis dan bersikap kritis.

d) Visualization (visualisasi)

Agar tidak mengambang maka paparan dan analisis artikel harus disertai dengan contoh-contoh nyata yang dekat dengan pengetahuan, ingatan, dan pengalaman khalayak pembaca. Sehingga pembaca akan dengan mudah mengikuti jalan pikiran artikel, mencerna, dan menyimpulkannya.

e) Action (tindakan)

Roh jurnalistik antara lain menunjuk kepada kesederhanaan dalam kecepatan, dan kecepatan dalam kesederhanaan. *Kesederhanaan dalam kecepatan*, maksudnya apapun pesan yang disajikan haruslah

menggunakan kata dan kalimat sederhana yang mudah dipahami. *Kecepatan dalam kesederhanaan*, berarti proses penanganan kerja jurnalistik yang serba terburu-buru, tidak harus menanggalkan kesederhanaan yang menjadi dasar bahasa jurnalistik, seperti yang tampak dalam kesimpulan yang sederhana supaya pembaca tidak terlalu keras dalam berpikir. Serumit apapun lingkungan dan kehidupan yang dihadapi, tidak boleh membuat jurnalistik hanyut dalam situasi yang tidak pasti dan membingungkan, tanpa pegangan norma.¹⁰

Untuk itulah kata kreatif menjadi kunci utama dalam kesuksesan menulis, dengan tujuan peningkatan efektivitas, produktifitas, dan kualitas. Sehingga dalam hal ini penyusun akan menganalisa kreativitas yang terdapat dalam bulletin Ash-shahabi, sejauh mana bulletin tersebut mampu mengembangkan kreativitasnya.

2. Pembahasan tentang Bulletin

a. Pengertian Buletin

Lasa H.S mengartikan bulletin sebagai publikasi yang berisi berita singkat dalam bidang tertentu diterbitkan oleh suatu lembaga organisasi. Dalam bidang pers, bulletin diartikan sebagai penyiaran

¹⁰ Monroe, *persuasion: Communication and Interpersonal Relations* (Washington DC: Cq Press, 1974), hlm: 185.

berkala berisi berita atau berita pendek dan wujudnya sederhana.¹¹ Sehingga yang dimaksud bulletin disini adalah sebuah penyiaran berupa tulisan yang memuat berita-berita atau pesan-pesan dakwah yang dikelola dan diterbitkan oleh Keluarga Santri Cirebon (KSC) dan diberi nama bulletin Ash-Shahabi.

Menurut Dedy Mulyana, bulletin adalah surat selebaran yang merupakan media komunikasi dari suatu organisasi yang memuat pernyataan resmi dan singkat yang berguna bagi publiknya.¹² Wilbram schram bahkan menambahkan sembilan peran pers yakni dapat memperluas cakrawala pemikiran, dapat memusatkan perhatian, mampu menumbuhkan aspirasi, mampu menciptakan sarana membangun, mampu mengembangkan dialog tentang hal-hal yang berhubungan dengan masalah-masalah politik, mampu mengenalkan norma-norma sosial, mampu menumbuhkan selera, mampu merubah sikap yang lemah menjadi sikap yang lebih kuat dan mampu sebagai pendidik. Disamping sektor-sektor diatas dalam sektor keagamaan pun, pers memiliki peran dan fungsi strategis dan dapat dijadikan sarana dakwah yang efektif demi pengembangan dan syiar islam. Bulletin dapat digolongkan sebagai media masa cetak *printed mass media* sehingga dapat dimasukkan pada ketegori pers.

¹¹ Lasa H.S, *Kamus Istilah Perpustakaan*, Cet ke-1, (Yogyakarta : Gadjah Mada University press, 1990), hlm: 17.

¹² Dedy Mulyana, *Kamus Nasional Kontemporer*, (Solo : Aneka, 1984), hlm: 31.

Adapun karakteristik bulletin menurut Onong Uchyana Effendi adalah sebagai berikut :

1. Publisitas yaitu penyetaraan isi yang ditujukan kepada khalayak bersifat umum dengan demikian isi bulletin itu menyangkut segala aspek yang berguna bagi kepentingan khalayak.
2. Periodisitas artinya bulletin mempunyai keteraturan saat terbitnya (berkala).
3. Universalitas artinya kesemestaan isinya memiliki nilai umum. Kendati demikian nilai umum yang dimiliki bulletin tidak seperti surat kabar yang meliputi berbagai aspek, biasanya bulletin hanya memfokuskan pada salah satu aspek atau profesi tertentu yang ditujukan untuk kalangan tertentu, namun isi bahasannya bersifat umum¹³.
4. Aktualitas artinya menyampaikan informasi yang baru, tanpa menyampingkan kebenaran fakta. Dari segi aktualitas ini bulletin seringkali kurang menyajikan informasi yang aktual dibandingkan dengan surat kabar, akan tetapi bulletin mempunyai kelebihan sendiri yaitu dalam penyajian informasi dapat bersifat lebih mendetail sebagai media yang memberikan tambahan mengenai

¹³ Onong Uchyana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*, (Bandung : Remaja Rosda Karya 1998), hlm: 92.

hal-hal yang aktual dalam dunia pengetahuan yang belum diterbitkan dalam buku apapun.¹⁴

b. Fungsi Buletin

Fungsi dan peran bulletin dalam masyarakat pada prinsipnya sama dengan media lainnya seperti halnya dengan majalah, surat kabar dan yang lainnya, yaitu menyebarkan informasi dari yang bersifat ringan sampai yang bersifat berat, ilmiah, dan mempengaruhi opini serta sebagai sosial kontrol. Hal ini sesuai dengan fungsi majalah menurut Onong Uchyana Effendi ialah: menyiarkan informasi, mendidik, menghibur, mempengaruhi¹⁵

Pers Islam sebagai pers perjuangan menjunjung tinggi idealismenya untuk menegakkan *amar ma'ruf nahi munkar* dengan senantiasa menjunjung tinggi nilai-nilai, norma dan etika islam yang diantaranya sebagai berikut :

Pertama : Memegang teguh kode etik pers, artinya pers Islam harus bisa menggunakan kebebasan pers yang dimiliki pada arah yang benar, kebebasan pers tidak digunakan untuk distorsi fakta, melakukan profokasi atau menghina orang lain. Dalam hal menyampaikan berita harus bertujuan untuk hal-hal yang baik, begitu pula dalam menerima berita harus bersikap *tabayyun*, tidak menerima berita begitu saja.

hlm: 95.¹⁴ Mafri Amir, *Etika Komunikasi Massa dalam Pandangan Islam*, (Jakarta : Logos, 1999),

¹⁵ Onong Uchyana Effendi, *op.cit*, hlm: 149-150.

Kedua : Bersikap objektif terhadap semua masalah yang dihadapi, pers islam harus memegang teguh objektivitas.

Ketiga : Pers Islam harus mempunyai tiga fungsi, *pertama* pers Islam harus menjadi penyeimbang antara kepentingan masyarakat atau kepentingan pemerintah, *kedua* berfungsi sebagai *watch dog* artinya pers Islam harus bersifat investigative terhadap segala penyelewengan dan ketidak benaran, *Ketiga* pers Islam harus menjadi penjaga moral masyarakat.¹⁶

Redi Panuju membagi pers dalam dua pola orientasi yakni pers yang berorientasikan perjuangan dan pers yang berorientasikan bisnis.¹⁷

1. Pers yang berorientasikan perjuangan, yakni pers yang masih mempertahankan ideologinya sebagai alat kontrol sosial, yang memperjuangkan kepentingan masyarakat. Pers yang berorientasikan perjuangan senantiasa memberikan kebebasan bagi wartawan untuk menyiarkan berita berdasarkan pengetahuan, pengalaman dan etika jurnalistik untuk memenuhi kepentingan umum.¹⁸
2. Pers yang berorientasikan bisnis, semakin berkembangnya pengelola media massa pada era informasi ini mendorong pekerja pers nasional

¹⁶ Amin Rais, *Sumbangan Pers Islam, (Jurnal Perspektif)*, (Edisi Khusus Majalah Wahana. No.95/IKADA/tahun 1997), hlm: 41.

¹⁷ Redi Panuju, *Sistem Komunikasi Indonesia*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar 1987), hlm: 97.

¹⁸ *Ibid*, hlm: 14.

kita mengelola media massa lebih berorientasi pada kepentingan bisnis (*profit oriented*) dari pada idealisme pers.

Dilihat dari kunci sukses eksistensi sebuah media, ditentukan oleh :

1. *Product*, yakni kualitas sebuah media yang meliputi isi cerita lay out atau setting dan sebagainya yang dapat menarik dan dibaca orang.
2. *Promotion*, yakni upaya sebuah media untuk menarik minat orang untuk membeli atau membaca (berlangganan).
3. *Please*, yakni kualitas pelayanan media dalam hal ini bagian sirkulasi, yang memudahkan orang mendapatkan media yang bersangkutan.
4. *Price*, yakni yang berkaitan dengan harga sebuah media.

Sedangkan kesuksesan sebuah media dapat dirumuskan dalam tiga kerangka dasar yakni :

1. Sehat SDM yakni kualitas dan keprofesionalan tenaga-tenaga sebuah media.
2. Sehat manajemen, yakni manajemen media tersebut dilakukan dengan baik, terencana, terarah, dan terkendali.
3. Sehat sarana yakni terpenuhinya sarana atau segala fasilitas yang diperlukan bagi kelancaran kerja suatu media.

3. Pembahasan tentang Pesan-pesan Dakwah

a. Pengertian Pesan-pesan Dakwah

Pesan-pesan dakwah atau materi dakwah yang kadang-kadang disebut ideology dakwah pada dasarnya adalah semua ajaran Islam itu sendiri yang bersumber pada Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW. Oleh karena itu seorang mubaligh atau wartawan muslim dalam menyampaikan pesannya tidak boleh menyimpang dari kedua hal pokok tersebut.

Mereka selaku subjek dakwah harus memiliki pengetahuan yang mendalam mengenai materi dakwah ini dengan jalan tidak bosan-bosannya belajar dan melakukan penelitian serta perbandingan dengan keadaan sekelilingnya. Semakin mampu seseorang menguasai materi dakwah akan semakin baiklah ia dalam melakukan kegiatan dakwah.

Dilihat sebagai suatu proses komunikasi mempunyai unsur-unsur atau komponen-komponen sebagai berikut :

- Komunikator (Da'i) : orang yang menyampaikan pesan.
- Pesan (Materi Dakwah) : pernyataan yang didukung oleh lambang.
- Komunikasi (Objek Dakwah) : orang yang menerima pesan.
- Media : sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikasi jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.
- Efek : Dampak sebagai pengaruh pesan.

Menggunakan komunikator yang tepat, pesan yang baik atau media yang benar, komunikasi dapat diarahkan mempunyai efek yang kita harapkan.

Masdar Helmi mengelompokkan materi dakwah menjadi tiga macam, yaitu : Aqidah, Ibadah, Akhlaq.¹⁹

Sedangkan menurut Mahfudh Syamsul Hadi MR. dkk, materi dakwah diklasifikasikan sebagai berikut, yaitu :

1. Bidang keimanan atau ketauhidan
2. Bidang keislaman atau ibadah
3. Bidang akhlaq atau ihsan
 - a. Pembinaan pribadi
 - b. Pembinaan sosial kemaslahatan
 - c. Pembinaan bernegara dan berbangsa²⁰

Melihat keterangan-keterangan diatas, maka pesan-pesan dakwah itu diklasifikasikan menjadi tiga hal pokok, meliputi :

1. Masalah Aqidah, yaitu masalah-masalah yang berkaitan dengan keyakinan (keimanan), baik mengenai iman kepada Allah, iman kepada malaikat Allah, iman kepada kitab-kitab Allah, iman kepada Rasul, iman kepada hari akhir dan iman kepada Qadllo dan qodar.

¹⁹ Masdar Helmi, *Dakwah Dalam Alam Pembangunan*, (Semarang : CV Toha Putra, 1973), hlm: 47.

²⁰ Mahfudh Syamsul Hadi MR. dkk, *Rahasia Keberhasilan Dakwah KH. Zainudin MZ*, (Surabaya : Ampel Suci, 1994), hlm: 122.

Aqidah mendidik perileku seseorang, mensucikan jiwa dan mengarahkannya pada nilai-nilai luhur tentang kebenaran. Pembahasan masalah-masalah aqidah tidak terbatas pada masalah yang harus diimani saja, akan tetapi juga apa yang dilarangnya, seperti syirik.²¹

2. Masalah Ibadah, disini dimaksudkan ibadah khusus yang langsung menghubungkan antara manusia dengan Allah SWT. Ibadah tersebut meliputi : Sholat, puasa, zakat, haji, sedekah, jihad, nadzar, dan sebagainya. Ibadah merupakan unsur mutlak dalam agama yang intinya adalah keyakinan tentang adanya zat berkuasa diatas alam raya dan kerinduan manusia untuk mengagungkan dan berhubungan dengan-Nya melahirkan berbagai macam cara pengabdian, pemujaan, dan ibadah.
3. Masalah Akhlak, yaitu pedoman norma-norma kesopanan dalam pergaulan hidup sehari-hari.²² Akhlak dalam Islam bukanlah modal yang kondisional dan situasional, tetapi akhlak yang benar-benar memiliki nilai mutlak. Nilai baik dan buruk, kapan dan dimana saja dalam segala ruang dan waktu. Kuliah akhlak membagi ruang lingkup

²¹ Muhammad Nur, *Mukhtarul Hadits*, (Surabaya : Bina Ilmu, 1987), hlm : 111

²² Slamet Muhaemin Abda, *Prinsip-prinsip Metodologi Dakwah*, (Surabaya : Usaha Nasional, 1994), hlm: 47.

akhlak kepada lima tipe yaitu akhlak pribadi, akhlak dalam keluarga, akhlak bermasyarakat dan akhlak beragama.²³

Tetapi apabila dikembalikan kepada sumbernya, maka pada hakekatnya materi dakwah itu adalah seluruh ajaran Islam yang tertuang dalam Alqur'an dan al-Hadits. Melihat begitu luas dan lengkapnya materi dakwah itu, maka menjadi tugas da'i untuk menentukan dan memilih materi dakwah disesuaikan dengan situasi dan kondisi serta waktu yang tersedia. Maka untuk mempermudah itulah dibuat klasifikasi-klasifikasi seperti tersebut diatas.

b. Faktor aktualitas isi pesan

Dalam dakwah, materi yang disajikan harus menarik dan dapat merangsang sasaran untuk mengikuti serta mengetahui lebih lanjut suatu bentuk pembahasan. Bila keadaan demikian dapat berjalan maka dakwah dapat 'hidup' dan tidak membosankan. Oleh karena itu materi dakwah harus aktual, kontekstual, dan faktual. Materi dakwah juga harus sesuai dengan kebutuhan objek dakwah. Jadi dalam berdakwah harus dapat memberikan jawaban terhadap problem dan masalah yang sedang dihadapi umat. Oleh sebab itu jika sebuah majalah ingin selalu mendapat sambutan positif dikalangan pembacanya haruslah memperhatikan faktor aktualitas pesan ini, walaupun pengertian actual disini bukan berarti harus selalu kejadian-kejadian yang baru terjadi, melainkan dapat pula kejadian-

²³ Yunahar Ilyas, *Kuliah Akhlak*, (Yogyakarta : LPPI UMY, 2000), hlm :5.

kejadian dimassa lampau yang disajikan dengan keterangan-keterangan atau fakta yang baru ditemukan, sehingga akan menarik perhatian pembaca.

Para ahli publisistik dan jurnalistik mengemukakan unsur-unsur berita pesan hendaknya memenuhi unsur :

1. Berita harus termassa (baru)
2. Jarak (dekat-jauhnya) lingkungan yang diberitakan
3. Penting (ternama) tidaknya orang yang diberitakan
4. Keluarbiasaan dari berita
5. Akibat yang ditimbulkan
6. Ketegangan yang ditimbulkan
7. Pertentangan yang terlihat
8. Kemajuan-kemajuan yang diberitakan
9. Emosi yang ditimbulkan
10. Humor yang ada dalam berita

Hal lain yang harus diingat adalah bahwa dalam melaksanakan dakwah ada satu tujuan pasti yang ingin dicapai, yaitu dapat membangkitkan tindakan positif sesuai dengan isi pesan dakwah, yang kemudian disebut amal sholeh.

Mengenai hal itu Toto Tasmara menjelaskan : “Itulah sebabnya nilai aktualitas dalam pesan dakwah sangat penting bagi komunikator karena dengan aktualitas ini diharapkan menjadi motivasi yang besar untuk

menggerakkan tindakan dari pihak komunikan karena komunikasi tersebut, khususnya dalam menjawab problematika hidupnya.²⁴

I. Metode Penelitian

1. Objek penelitian

Objek penelitian adalah masalah apa yang ingin diteliti atau masalah yang dijadikan objek penelitian atau dibatasi melalui penelitian.²⁵ Dalam hal ini, yang merupakan objek penelitiannya adalah aspek-aspek kreativitas dan pesan-pesan dakwah.

2. Subjek penelitian

Subjek penelitian adalah sumber tempat kita memperoleh keterangan penelitian, atau seseorang atau sesuatu yang mengenainya ingin diperoleh keterangan.²⁶ Adapun subjek penelitian ini adalah bulletin Ash-Shahabi yang berjumlah 15 edisi bulletin terhitung dari edisi Januari 2004 sampai dengan edisi November 2004.

3. Metode pengumpulan data

Untuk mengumpulkan data, dalam penulisan ini penyusun menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik sebagai berikut :

²⁴ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta : CV Gaya Media Pratama, 1987), hlm: 144.

²⁵ Tatang M. Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian*, (Jakarta : PT. Raja Grafiika Persada, 1945), hlm : 15.

²⁶ *Ibid*, hlm : 92

a. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan cara mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah dan sebagainya.²⁷ Dokumen yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah kumpulan bulletin yang menjadi sumber utama pengumpulan data.

b. Wawancara

Metode wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara (face to face) sebagai proses tanya jawab lisan dari dua orang atau lebih dengan alat pendengarnya.²⁸ Dalam hal ini penyusun mewawancarai ketua KSC yang menjabat pada tahun awal penerbitan (1999), dan beberapa staff redaksi bulletin Ash-Shahabi. Metode ini digunakan untuk melengkapi penelitian penyusun guna mendapatkan penjelasan tentang gambaran umum organisasi Keluarga Santri Sewilayah III Cirebon (KSC), sejarah dan latar belakang penerbitan buletin Ash-Shahabi, struktur organisasi, dan lain-lain.

²⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta : Bina Usaha, 1989), hlm : 62.

²⁸ Winarno Surahmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, (Bandung : Tarsito, 1990), hlm : 98.

4. Analisa Data

Sehubungan dengan penelitian ini penyusun akan menganalisa pesan-pesan dakwah yang terdapat dalam bulletin Ash-Shahabi dengan cara mengklasifikasikan pesan-pesan dakwah itu kedalam kelompok yang telah ditentukan dengan menggunakan prosedur analisis isi (*content analysis*).

Dalam penelitian ini penyusun menganalisa pesan-pesan dakwah yang terdapat di bulletin Ash-Shahabi yang diterbitkan oleh Keluarga Santri Sewilayah III Cirebon (KSC) selama satu tahun edisi yang diterbitkan, 15 buah edisi bulletin Ash-Shahabi terhitung dari Januari sampai dengan November 2004.

Kemudian penghitungan prosentase dilakukan dengan cara membandingkan antara jumlah tipe pesan dakwah yang ingin diketahui dengan jumlah tipe pesan dakwah yang melingkupinya dikalikan 100%.

Dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$P = \frac{F}{N}$$

P = Prosentase

F = Frekuensi yang dicari

N = *Number of Class*²⁹

²⁹ Bambang Setiawan, *Content Analysis*, (Yogyakarta : Fisip UGM, 1983), hlm : 16.

Selanjutnya secara interpretatif analisa dengan mengkaitkan pesan-pesan dakwah dalam bulletin Ash-Shahabi dengan menggunakan prosedur analisis sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi data
2. Mendeskripsikan ciri yang ada dalam data
3. Menyusun klasifikasi secara keseluruhan hasil analisis sehingga mendapat gambaran tentang tipe pesan dakwahnya.
4. Menghitung prosentase pesan dakwahnya.

Analisa isi sering dipakai untuk menetapkan tekanan relative dari berbagai gejala komunikasi, propaganda, kecenderungan, gaya-gaya, perubahan dalam isi dan keterbacaan.³⁰

Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pembahasan dari keseluruhan isi skripsi yang terdiri atas empat bab ini, maka sistematikanya disusun sebagai berikut :

Bab pertama : Berisi tentang Pendahuluan yang dimulai dari Penegasan Istilah, Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Alasan Pemilihan Judul, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Telaah Pustaka, Kerangka Teoritik, Metode Penelitian, serta Sistematika Pembahasan.

³⁰ Don Michael Flournoy (ED), *Analisa Isi Surat Kabar di Indonesia*, (Yogyakarta : Gajah Mada University Press, 1992), hlm: 19.

Bab kedua : Berisi tentang gambaran umum organisasi Keluarga Santri Sewilayah III Cirebon (KSC), sejarah dan latar belakang penerbitan bulletin, dasar dan tujuan penerbitan, letak geografis dan kondisi kantor redaksi, sumber dana pengelolaan, sirkulasi dan pemasaran, struktur organisasi dan proses penerbitan bulletin.

Bab ketiga : Terdiri dari dua sub. Sub yang pertama merupakan analisis aspek-aspek kreativitas dalam bulletin Ash-shahabi. Sedangkan sub yang kedua berisi analisis isi pesan-pesan dakwah yang difokuskan pada rubrik artikel sebagai batasan pembahasan untuk mempermudah penulis dalam penelitian.

Bab keempat : adalah penutup dari penelitian ini, memuat beberapa sub yaitu :

Sub yang pertama, sub A. Berisi kesimpulan.

Sub yang kedua, sub B. Berisi saran-saran.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan terhadap hasil penelitian yang berhubungan dengan “Aspek-Aspek Kreativitas Dalam Bulletin Ash-Shahabi (Analisa Isi Pesan-Pesan Dakwah), maka dapat dirumuskan kesimpulan sebagai berikut ;

- 1). Buletin Ash-Shahabi adalah buletin yang memiliki kreativitas orisinal dan khas, sehingga berbeda dari buletin lainnya. Dengan format materi rubrik yang terbilang lengkap untuk sebuah buletin organisasi dan tema-tema artikel yang ringan dan aktual. Adalah suatu usaha agar dapat memenuhi kebutuhan pembaca dan juga penulis buletin Ash-Shahabi, supaya kreativitas terus meningkat.
- 2) Secara garis besar, isi rubrik Artikel pada bulletin Ash-Shahabi, dapat diklasifikasikan prosentasinya sebagai berikut; pesan ibadah 20%, pesan aqidah 20%, dan yang paling banyak adalah pesan dakwah tipe akhlak sebanyak 60%. Artikel bulletin Ash-Shahabi lebih banyak membahas pesan akhlak, ini disebabkan untuk pemenuhan kebutuhan khalayak pembaca sebagai pers komunitas yang dikonsumsi oleh para remaja, untuk menarik perhatian mereka sehingga lebih berminat membacanya. Meski demikian bukan berarti mengesampingkan pesan aqidah dan ibadah, walaupun prosentasinya lebih sedikit.

B. Saran-saran

Sebagai bulletin yang menjadikan dirinya wadah kreativitas dan aspirasi dakwah, sebaiknya perlu mengoptimalkan aspek-aspek kreativitas dalam bulletin Ash-Shahabi. Karena dengan memperhatikan aspek-aspek kreativitas dengan baik, maka bulletin akan mampu menjembatani antara redaksi dan pembaca dalam menyalurkan karya-karya tulisnya, sehingga bulletin akan terus berkembang sesuai dengan kebutuhan yang akan diinginkan, dan itu artinya tingkat kreativitas pun akan semakin meningkat bagi para penulis atau redaksi bulletin Ash-Shahabi.

Buletin Ash-Shahabi juga perlu senantiasa membenahi diri dari segi kualitas atau kuantitas isi masteri. Dengan demikian diharapkan para pembaca lebih tertarik untuk membaca materi yang disampaikan, baik pesan tipe aqidah, ibadah maupun akhlak. Sehingga bulletin Ash-Shahabi mampu berfungsi sebagai wadah kreativitas dan aspirasi dakwah yang sesungguhnya.

C. Kata Penutup

Penyusun mengakhiri tulisan ini dengan ucapan Alhamdulillah, dan ini merupakan akhir dari penulisan skripsi yang telah Allah mudahkan untuk menyusun dan menyelesaikannya.

Demikianlah hasil penelitian yang penulis lakukan, dengan harapan semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi berbagai pihak yaitu ; penulis, redaksi bulletin Ash-Shahabi, kepada penuntut ilmu semuanya dan bagi fakultas Dakwah UIN Sunan kalijaga.

Selanjutnya penyusun ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini. Bila ada kesalahan, hal itu datang dari penulis dan jika benar maka itu datangnya dari Allah.

Aku persembahkan dalam keadaan takut dan cinta karena Allah. Mudah-mudahan Allah memberiku taufik-Nya agar skripsi ini mempunyai manfaat kepada kita semua.



Amin.....

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quran Al karim dan terjemahnya, CV.Toha Putra Semarang, DEPAG.
- Ahmad Azhar Basyir, *Faham Akhlak Dalam Islam* , Yogyakarta : Fak. Hukum UII,1984.
- Amin Rais, *Sumbangan Pers Islam, (Jurnal Perspektif)*, Edisi Khusus Majalah Wahana. No.95/IKADA/tahun 1997.
- Amir, *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*, Jakarta : Logos, 1999.
- As Haris Sumadiria, *Menulis Artikel dan Tajuk Rencana*, Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2005.
- Bambang Setiawan, *Content Analysis*, Yogyakarta : Fisipol UGM, 1992.
- Dedy Djamaluddin dan Idi Subandy Ibrahim (ED), *Bercinta Dengan Televisi*, Bandung : Rosdakarya, 1997.
- Dedy Mulyana, *Kamus Nasional Kontemporer*, Solo : Aneka, 1984.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Ke-2 Jakarta: Balai Pustaka, 1999.
- Don Michael Fournoy (ED), *Analisa Isi Surat Kabar di Indonesia*, Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 1992.
- Endang S. Sari, *Audience Research*, Yogyakarta : Andi Offset, 1993.
- Fathiyakan, *Yang Berjatuh Di Jalan Dakwah*, Jakarta : Al-I'Tishom, 2000.
- Fuad Nashori dan Rachmy Dian Mucharram, *Mengembangkan Kreativitas dalam Perspektif Psikologi Islam*, Yogyakarta : Menara Kudus, 2002.
- Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung : Remaja Rosdakarya, 1995.
- _____ , *Psikologi Komunikasi*, Bandung : Remaja Karya, 1986.

- _____, *Retorika Modern (Pendekatan Praktis)*, Bandung : Remaja Rosdakarya, 1994.
- Jack Foster, *Baca, Tertawa, Menang (Baca!)*, Yogyakarta : 2004.
- Lasa H.S, *Kamus Istilah Perpustakaan*, Cet ke-1, Yogyakarta : Gadjah Mada University press, 1990.
- Mahfudh Syamsul Hadi MR. dkk, *Rahasia Keberhasilan Dakwah KH. Zainudin MZ*, Surabaya : Ampel Suci, 1994.
- Masdar Helmi, *Dakwah Dalam Alam Pembangunan*, Semarang : CV Toha Putra, 1973.
- Muhammad Isa Ansyari, *Mujahid Dakwah*, Bandung: Dipenogoro, 1995.
- Muhammad Nur, *Mukhtarul Hadits*, Surabaya : Bina Ilmu, 1987.
- Muhammad Nipan, Abdul Halim, ” *Menghias Diri dengan Akhlak Terpuji*, Yogyakarta : Mitra pustaka, 2000.
- Muhammad Nurul Amin, *Mengembangkan Visi dan Keterbukaan Pers Islam*, Pelita, No. 6642 tahun XXII, Rabu, 3 Mei 1995.
- Onong Uchyana Effendy, *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*, Bandung : Remaja Rosdakarya, 1994.
- Redi Panuju, *Sistem Komunikasi Indonesia*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar 1987.
- Sanafiah Faisal dan Andi Mappiare, *Dimensi-Dimensi Psikologi*, Surabaya : Usaha Nasional, 1998.
- Slamet Muhaemin Abda, *Prinsip-prinsip Metodologi Dakwah*, Surabaya : Usaha Nasional, 1994.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta : Bina Usaha, 1989.
- Tatang M. Amirin, *Menyusun Rencana Penelitian*, Jakarta : PT. Raja Grafiika Persada, 1945.

Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta : CV Gaya Media Pratama, 1987.

W.J.S.Poerwadarminto, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta : Balai Pustaka, 1978.

Winarno Surahmad, *Pengantar penelitian Ilmiah*, Bandung : Tarsito, 1990.

Yunahar Ilyas, *Kuliah Akhlak*, Yogyakarta : LPPI UMY, 2000.

