

PESAN-PESAN DAKWAH DALAM MAJALAH MEDIA PEMBINAAN



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta**

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Agama
Dalam Ilmu Dakwah**

Oleh :

MUHAMAD MISBAH

NIM : 91211039

1996

PESAN-PESAN DAKWAH DALAM MAJALAH

MEDIA PEMBINAAN

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah
Institut Agama Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Agama

Dalam Ilmu Dakwah

Oleh :

MUHAMAD MISBAH

NIM : 91211039

1996

Drs. Abd Rahman. M
Dra. Nurjannah
Dosen Fakultas Dakwah
IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi Sdr. Muhamad Misbah Kepada:

Lamp: 6 exemplar

Yogyakarta, 16 Nopember 1996

Yth Bpk Dekan Fak. Dakwah
IAIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, memeriksa, meneliti, memberikan petunjuk serta saran perubahan dan perbaikan seperlunya, kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara Muhamad Misbah yang berjudul: PESAN-PESAN DAKWAH DALAM MAJALAH MEDIA PEMBINAAN telah dapat diajukan sebagai bagian dari syarat-syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam ilmu dakwah jurusan Penerangan dan Penyiaran Agama Islam.

Harapan kami agar supaya dalam waktu yang singkat saudara Muhamad Misbah dapat dipanggil dalam sidang munaqosyah di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk mempertanggung jawabkan dan mengadakan pembahasan skripsinya.

Semoga skripsi tersebut dapat bermanfaat bagi almamater, agama, bangsa dan negara. Amin
Wassalamu'alaikum wr. wb.

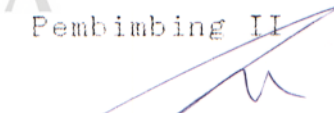
Pembimbing I


Drs. Abd Rahman. M

NIP: 150104164

Hormat kami

Pembimbing II


Dra. Nurjannah

NIP: 150232932

PENGESAHAN

Skripsi berjudul

PESAN-PESAN DAKWAH DALAM MAJALAH
MEDIA PEMBINAAN

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

MUHAMMAD MISBAH

telah dimunaqosyahkan didepan sidang munaqosyah
pada tanggal 23 Desember 1996
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Sidang Dewan Munaqosyah

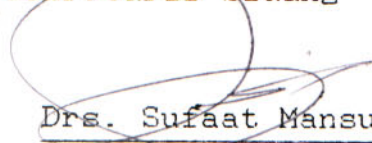
Ketua Sidang



Drs. H. M. Hasan Baidaie

NIP : 150 046 342

Sekretaris Sidang



Drs. Sufaat Mansur

NIP : 150 017 909

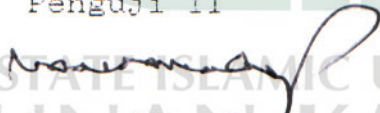
Penguji I/ Pembimbing Skripsi



Drs. H. Abd. Rahman M.

NIP : 150 104 164

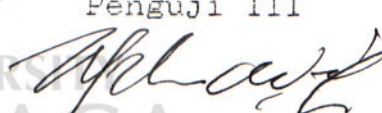
Penguji II



Drs. H. Nasruddin Harahap, SU

NIP : 150 169 831

Penguji III



Drs. H. Ahmad Rifa'i, MPhil

NIP : 150 228 371

Yogyakarta, 23 Desember 1996

IAIN Sunan Kalijaga

Fakultas Dakwah

Dekan



Drs. H. M. Hasan Baidaie

NIP : 150 046 342

MOTTO

إِذْ هَبْ بَكَّتِي هَذَا فَالْقِهْ إِلَيْهِمْ ثُمَّ تَوَلَّ عَنْهُمْ
فَانْظُرْ مَاذَا يَرْجِعُونَ ﴿٢٨﴾
قَالَتْ يَا أَيُّهَا الْمَلَأُ إِنِّي أُلْقِيَ إِلَيَّ كِتَابٌ كَرِيمٌ ﴿٢٩﴾
إِنَّهُ مِنْ سُلَيْمَانَ وَإِنَّهُ بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ ﴿٣٠﴾

Artinya :

Pergilah dengan membawa suratku ini, lalu jatuhkanlah kepada mereka, kemudian berpalinglah dari mereka, lalu perhatikan apa yang mereka bicarakan. Berkata ia (Balqis) : Hai pembesar-pembesar, sesungguhnya telah dijatuhkan kepadaku sebuah surat yang mulia. Sesungguhnya surat itu dari Sulaiman dan sesungguhnya (isi)nya : "Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang". (Qs. An-Naml : 28-30)*

*) Departemen Agama RI, Alqur'an dan Terjemahnya, (Jakarta: PT Serajaya Santra, 1987). hal. 596.

HALAMAN PERSEMBAHAN



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

- Bapak dan Ibu Tercayang
- Kakak dan Adik Tercinta
- Istri dan Anakku Tercayang
- Teman-Teman dan Alumnatorku

Fakultas Dakwah IAIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

KATA PENGANTAR

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَبِهِ نَسْتَعِينُ وَعَلَى أُمُورِ الدُّنْيَا
وَالْآخِرَةِ وَعَلَى إِلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ. آمَنَّا بَعْدُ

Dakwah di tengah laju pembangunan dan gerak pergeseran menuju modernisasi dan industrialisasi tidak dapat hanya dilakukan melalui ceramah-ceramah dari mimbar ke mimbar atau dari majlis taklim ke majlis taklim yang lain. Karena pada saat sekarang ini semakin banyak manusia yang sibuk dengan pekerjaan dan profesinya dalam rangka mencukupi kebutuhan hidupnya maupun keluarganya. Tetapi dalam keadaan sedemikian mereka masih membutuhkan siraman rohani sebagai penyeimbangan terhadap diri dan kehidupannya. Oleh karena itu, kehadiran bacaan yang mampu menjangkau mereka dan membuat syiar Islam sangatlah dibutuhkan, agar mereka tidak menjadi lupa akan ajaran agamanya akibat kesibukannya.

Kehadiran majalah Media Pembinaan ditengah-tengah karyawan di Departemen Agama di Jawa barat adalah suatu contoh dari praktek dakwah Islam pada saat ini, yaitu karena luasnya dan banyaknya jangkauan sasaran yang tidak mungkin untuk selalu mengumpulkan mereka dalam sebuah majlis taklim, maka sebagai jalan keluarnya diterbitkanlah majalah pembinaan yang banyak memuat pesan-pesan dakwah dan sekaligus dapat membantu profesi mereka sebagai pegawai negeri.

Dalam skripsi ini kami paparkan dan jelaskan tentang apa dan bagaimana isi majalah tersebut dengan menggunakan tehnik content analisis (analisa isi), sehingga dengan

membaca skripsi ini secara sepintas dapat kita ketahui pesan-pesan dakwah yang terdapat dalam majalah tersebut dan segala sesuatu yang berkait erat dengan pesan dakwah tersebut.

Selanjutnya kami menghaturkan ucapan banyak terima kasih kepada :

- Bapak Drs. H. Hasan Baidarie, Dekan Fakultas Dakwah
- Bapak Drs. H. Syukriyanto AR, Ketua Jurusan PPAI
- Bapak Drs. H. Abd. Rahman M, selaku pembimbing I yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.
- Ibu Dra. Nurdjanah, selaku pembimbing II yang telah banyak membantu dalam penulisan skripsi ini.
- Ketua Penyunting dan staf majalah Media Pembinaan yang telah membantu kelancaran penelitian.
- Bapak dan Ibunda tersayang yang dengan berdo'a dan dorongannya telah membuat skripsi ini selesai.
- Semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu-persatu.

Semoga Allah SWT berkenan memberikan pahala yang berlipat ganda atas segala kebaikan yang telah dilakukan.

Kami menyadari masih banyak sekali kekurangan dan kesalahan dalam skripsi ini, untuk itu kritik dan saran membangun dari semua pihak sangat kami harapkan.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan khususnya dalam bidang dakwah.

Yogyakarta, 1 November 1996

Penyusun

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA DINAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	X
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. PENEGASAN JUDUL	1
B. LATAR BELAKANG MASALAH	3
C. PERUMUSAN MASALAH	7
D. TUJUAN PENELITIAN	8
E. KEGUNAAN HASIL PENELITIAN	8
F. KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIK	9
1. Tinjauan umum tentang majalah	9
2. Tinjauan tentang pesan-pesan dakwah ..	12
a. Klasifikasi Pesan-Pesan Dakwah	12
b. faktor Aktualitas Pesan Dakwah	16
c. Faktor Kecenderungan Pesan Dakwah .	19
d. Komposisi Pesan	20
3. Tinjauan Tentang Organisasi Pesan	22
4. Tinjauan Tentang Gaya Bahasa	23
G. METODE PENELITIAN	27
BAB II : GAMBARAN UMUM MAJALAH MEDIA PEMBINAAN	33
A. SEJARAH DAN LATAR BELAKANG PENERBITAN ...	33

B. DASAR DAN TUJUAN PENERBITAN	35
C. LETAK GEOGRAFIS, KONDISI KANTOR REDAKSI .	37
D. STRUKTUR ORGANISASI DAN FUNGSINYA	41
E. SUMBER DANA	39
F. SIRKULASI DAN PEMASARAN	40
BAB III : PESAN-PESAN DAKWAH DALAM MAJALAH MEDIA PEMBINAAN	
A. KLASIFIKASI PESAN-PESAN DAKWAH	52
B. AKTUALITAS ISI PESAN DAKWAH	55
C. KECENDERUNGAN ISI PESAN DAKWAH	59
D. KOMPOSISI PESAN	62
E. ORGANISASI PESAN DAKWAH	66
F. GAYA BAHASA DALAM PENULISAN	69
BAB IV : KESIMPULAN SARAN-SARAN DAN PENUTUP	83
A. KESIMPULAN	83
B. SARAN-SARAN	85
C. PENUTUP	86
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. PENEGASAN JUDUL

Untuk menghindari kesalahan pemahaman terhadap judul skripsi "PESAN-PESAN DAKWAH DALAM MAJALAH MEDIA PEMBINAAN" maka perlu dijelaskan maksud yang terkandung dalam masing-masing istilah judul diatas, yaitu :

1. *Pesan*

Pesan artinya adalah seruan (perintah, nasehat, permintaan, amanat) yang harus disampaikan kepada orang lain.¹

2. *Dakwah*

Dakwah artinya adalah mengajak manusia dengan bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan di dunia dan di akhirat.²

Jadi yang dimaksud dengan pesan-pesan dakwah dalam penelitian ini adalah setiap seruan baik itu berupa perintah, amanat, nasehat maupun permintaan yang berusaha untuk mengajak manusia (pembaca) dengan jalan bijaksana yaitu melalui tulisan naskah khutbah dalam rubrik khutbah jum'at yang terdapat dalam majalah Media

¹W.J.S. Poerwadarminta, Kamus Umum Bahasa Indonesia, (Jakarta : PN Balai Pustaka, 1985), hal 754.

²Toha Yahya Oemar, Ilmu Dakwah, (Jakarta : Wijaya, 1987), hal 1.

Pembinaan dalam rangka untuk mengajak manusia (pembaca) kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan (Allah SWT) untuk mencapai kemaslahatan di dunia dan akhirat.

Adapun yang ingin diketahui dalam penelitian ini adalah mengenai materi pesan yang terdapat dalam rubrik khutbah jum'at dalam majalah media pembinaan, macam-macamnya, aktualitas isi pesannya, kecenderungan isi pesannya, komposisi pesannya, organisasi pesannya dan penggunaan gaya bahasa dalam penulisan naskah khutbah jum'at dalam majalah media pembinaan, termasuk misi dan tujuan dari penulisan naskah khutbah tersebut.

3. Majalah Media Pembinaan

Majalah media pembinaan adalah majalah bulanan yang diterbitkan oleh kantor Wilayah Departemen Agama propinsi Jawa Barat sebagai usaha untuk membina profesi karyawannya dengan sasaran khusus semua karyawan Departemen Agama yang dibawah naungan instansi tersebut.

Mengingat jumlah majalah media pembinaan yang sudah diterbitkan terlalu banyak, maka dalam penelitian akan dibatasi populasinya yaitu sebanyak 36 exemplar majalah media pembinaan yang sudah diterbitkan dari bulan Januari tahun 1993 sampai bulan Desember 1995. Jumlah sebanyak itu adalah sengaja ditentukan karena mengingat kemampuan peneliti baik dari segi waktu, tenaga maupun dana yang tersedia.

Jadi yang dimaksud secara keseluruhan dari judul skripsi "PESAN-PESAN DAKWAH DALAM MAJALAH MEDIA PEMBINAAN" adalah bahwa penulis bermaksud mengadakan penelitian terhadap rubrik khutbah jum'at dalam majalah media pembinaan yang diterbitkan dari bulan Januari 1993 samapi bulan Desember 1995.

B. LATAR BELAKANG MASALAH

Pers yang secara harfiah berarti cetak dan secara maknawiyah berarti penyiaran secara tercetak/printed publication dalam perkembangan mempunyai dua pengertian yaitu pers dalam arti sempit yang berarti terbatas pada massa cetak saja yakni surat kabar, majalah dan bulletin kantor berita. Dan pengertian pers dalam arti yang luas meliputi segala macam penerbitan bahkan termasuk media masa elektronik, radio siaran dan televisi siaran.

Majalah sebagai bagian dari media komunikasi massa disamping berfungsi untuk menyampaikan informasi, mendidik, menghibur dan memberikan penerangan juga dapat dimanfaatkan untuk mengemban misi tertentu untuk mengubah dan mempengaruhi perilaku maupun pengetahuan pembaca sesuai dengan misi yang diemban oleh majalah tersebut. Karena majalah dengan segala kelebihannya memang mampu untuk melakukan hal tersebut.

Jenis majalah adalah sangat beragam, ditinjau

dari waktu terbitnya maka kita mengenal majalah mingguan, dwi mingguan, bulanan dan tri wulan. Sedangkan ditinjau dari sasaran pembacanya kita mengenal ada majalah anak-anak, remaja, wanita dan lain-lain. Kemudian ditinjau dari isi pesan yang disampaikan maka kita mengenal ada majalah dakwah, majalah hiburan, majalah elektronik, majalah bisnis dan lain-lain.

Diantara sekian banyak majalah yang terbit khususnya di Jawa Barat adalah majalah Media Pembinaan yang diterbitkan oleh Kantor Wilayah Departemen Agama Propinsi Jawa Barat dengan sasaran pembaca dikhususkan pada karyawan Departemen Agama selain juga untuk keluarga karyawan tersebut.

Majalah tersebut dalam setiap penerbitannya selalu ada kolom khusus untuk pembinaan profesi karyawan Departemen Agama, baik itu berupa amanat dari Kepala Kandepag Propinsi Jawa Barat, Bimas Islam dan Urusan Haji maupun dari pejabat lain dan instansi terkait yang isinya berupa petunjuk pelaksanaan kerja, petunjuk pelaksanaan pendidikan agama Islam, maupun tentang kebijakan baru yang diterapkan dikalangan Departemen Agama di Jawa Barat. Selain itu dalam setiap penerbitannya selalu memuat berbagai macam rubrik keagamaan antara lain Khutbah Jum'at, sastra dan Budaya, Cerita Pendek, berbagai artikel keagamaan dan ilmu pengetahuan dan lain-lain.

Karena itulah dalam setiap penerbitannya majalah Media Pembinaan dapat memberikan pengarah dan penjelasan, menambah pengetahuan, menambah kreatifitas, menambah wawasan dan meningkatkan profesi karyawan di lingkungan departemen agama Jawa Barat khususnya.

Kehadiran majalah Media Pembinaan di tengah-tengah karyawan departemen agama terutama melalui rubrik khutbah jum'at yang selalu memuat pesan-pesan dakwah membuat penulis merasa tertarik untuk mengadakan penelitian terhadap majalah tersebut. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana pesan-pesan dakwah disampaikan melalui rubrik khutbah jum'at dalam majalah Media Pembinaan menyangkut materi pesan apa saja yang disampaikan, gaya bahasa yang dipergunakan dalam penulisan pesan tersebut dan organisasi pesan dakwah dalam rubrik tersebut. Yang dengan mengetahui ketiga pokok masalah tersebut diharapkan mengarah pula untuk mengetahui aktualitas pesan, kesinambungan pesan yang satu dengan yang lain, kecenderungan pesan, komposisi pesan dan bentuk-bentuk pesan dakwah dalam rubrik khutbah jum'at tersebut.

Ketertarikan penulis untuk mengadakan penelitian terhadap majalah tersebut adalah karena setelah penulis membaca beberapa naskah khutbah dalam majalah tersebut menurut kesimpulan sementara penulis adalah bahwa

pesan-pesan yang terdapat dalam rubrik tersebut di atas belum mengikuti organisasi pesan yang ada dengan baik, penggunaan gaya bahasanya kurang menarik, pesan-pesannya terkesan ngambang dan tidak ada penekanan terhadap permasalahan tertentu sehingga terkesan melantur, selain itu walaupun dalam penyajian pesan tersebut banyak mengungkapkan tentang peristiwa yang akan maupun yang sedang terjadi tetapi disajikan dengan keterangan yang monoton sehingga menjadi kurang menarik, sehingga sulit untuk dipahami secara sepintas lalu saja, padahal materi pesan tersebut ditujukan kepada jamaah sholat jum'at yang dilaksanakan pada siang hari dan memungkinkan banyak jamaah yang mengantuk karena kurang tertarik dengan masalah yang disajikan oleh khotib. Belum lagi dari penyajian pesan tersebut seolah-olah tidak ada perubahan yang diharapkan sehingga pesan-pesannya terkesan hanya sebagai paparan saja yang tidak perlu ada tindak lanjut yang harus dilaksanakan oleh pendengar/jamaah, belum lagi tidak adanya kesimpulan dari uraian yang panjang lebar membuat pendengar untuk menyimpulkan sendiri, hal ini terjadi karena dalam penyajian naskah khutbah tersebut tidak mengikuti langkah-langkah penyusunan naskah pidato/khutbah yang sudah kita kenal selama ini. Padahal sasaran pembaca majalah tersebut adalah karyawan Departemen Agama yang tentu saja tingkat pendidikannya tidaklah rendah, walaupun sebenarnya

sasaran yang lebih tepat dari sebuah naskah khutbah adalah jamaah sholat jum'at yang beragam dalam latar belakang pendidikan, sosial ekonomi, adat dan lingkungan yang berbeda.

Berangkat dari latar belakang dan kesimpulan sementara penulis diataslah maka penulis bermaksud mengadakan penelitian terhadap majalah Media Pembinaan khususnya terhadap rubrik khutbah jum'at yang selama ini selalu terdapat dalam majalah tersebut dengan harapan hasilnya dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

C. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pada latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Pesan-pesan Dakwah apa saja yang terdapat dalam rubrik khutbah jum'at majalah media pembinaan dan bagaimanakah keadannya ?
2. Bagaimanakah organisasi pesan rubrik khutbah jum'at dalam majalah media pembinaan ?
3. Gaya bahasa apa sajakah yang dipergunakan dalam menulis pesan-pesan dakwah dalam naskah khutbah dalam rubrik khutbah jum'at majalah media pembinaan ?

D. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan pesan dakwah apa saja yang terdapat dalam rubrik khutbah jum'at majalah media pembinaan dan segala permasalahan yang terkait dengannya termasuk aktualitas pesan, kecenderungan pesan, komposisi pesan maupun misi dan tujuan penulisan pesan tersebut.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan organisasi pesan yang terdapat dalam naskah khutbah pada rubrik khutbah Jum'at majalah media pembinaan.
3. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan gaya bahasa yang dipergunakan dalam menulis naskah khutbah pada rubrik khutbah Jum'at majalah media pembinaan.

E. KEGUNAAN HASIL PENELITIAN

Kegunaan dari hasil penelitian ini dibagi menjadi dua macam, yaitu kegunaan secara teoritis dan secara praktis. Adapun kegunaan secara teoritis dari penelitian ini adalah :

1. Untuk memberikan gambaran secara global mengenai dakwah Islam melalui rubrik khutbah Jum'at majalah Media Pembinaan sekaligus untuk mendeskripsikan pesan-pesan dakwah yang terdapat di dalamnya.
2. Untuk memberikan sumbangan pemikiran dalam penulisan naskah khutbah Jum'at, baik itu melalui majalah ataupun tidak melalui majalah.

3. Untuk memperkaya khazanah ilmu pengetahuan khususnya ilmu dakwah dan mendukung pengembangan dakwah melalui media.

Adapun kegunaan secara praktis dari penelitian ini adalah :

1. Untuk memberikan sumbangan pemikiran kepada dewan redaksi dalam menentukan kebijaksanaan dakwah Islam di masa yang akan datang khususnya melalui rubrik khutbah jum'at.
2. Diharapkan bermanfaat bagi pihak yang melakukan dakwah dengan berkhutbah sebagai pedoman penulisan naskahnya.

F. KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIK

1. Tinjauan Umum Tentang Majalah

Majalah yang berarti surat kabar berkala, surat kabar yang terbit mingguan, bulanan, dan lain sebagainya.³⁾ Pada dasarnya adalah merupakan bagian dari komunikasi massa. Karena itu fungsi majalah tidaklah berbeda dengan fungsi komunikasi massa, yaitu :

- a). Menyampaikan informasi
- b). Mendidik
- c). Menghibur
- d). Mempengaruhi⁴⁾

³⁾ W.J.S. Poerwadarminta, op, cit., hal 621.

⁴⁾ Onong Uchyana Efendi, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, (Bandung : PT Remaja Rosda Karya, 1982). hal. 31.

Dalam menjalankan fungsi-fungsi di atas, maka majalah dapat memuat berbagai macam informasi tentang perkembangan keadaan, berbagai penemuan baru, kemajuan ilmu pengetahuan, artikel-artikel ilmu pengetahuan dan artikel keagamaan, cerpen, karikatur, humor, maupun pesan yang bersifat persuasif untuk mempengaruhi khalayak.

Begitu hebatnya kehadiran media massa termasuk majalah ditengah-tengah khalayak pembaca, maka tidak mengherankan jika ia ikut mempengaruhi perkembangan dan pembaharuan yang terjadi di masyarakat. Hal ini adalah karena sebuah majalah dapat ikut menyebar luaskan pengetahuan, pikiran-pikiran, nilai-nilai, sikap hidup, dan kepercayaan masyarakat.

Tetapi yang perlu diingat adalah bahwa majalah sebagaimana juga media komunikasi massa yang lain memiliki berbagai macam kekurangan disamping kelebihan-kelebihan yang dimilikinya, karena itu tentu saja tidak setiap pesan bisa dimuat di majalah untuk disampaikan kepada khalayak. Hal ini tidak lepas dari ciri-ciri media massa itu sendiri :

- a). Komunikasi massa berlangsung satu arah
- b). Komunikatornya melembaga
- c). Pesan-pesannya harus bersifat umum
- d). Menimbulkan keserempakan
- e). Komunikannya bersifat heterogen. 5)

5) Onong Uchyana Efendi, op, cit., hal 20-25

Melihat fungsi dan ciri-ciri majalah yang termasuk ke dalam media massa seperti tersebut di atas, maka sangatlah menguntungkan jika sebuah majalah dimanfaatkan sebagai salah satu media dakwah, sehingga suatu kegiatan dakwah akan menjadi lebih efektif dan efisien. Mengenai Media dakwah ini Hamzah Ya'kub menggolongkan menjadi :

- a). Media Lisan
- b). Media Tulisan
- c). Media Lukisan
- d). Media Audio Visual
- e). Media Perbuatan. ⁶⁾

Adapun majalah termasuk ke dalam media dakwah, karena majalah itu sendiri termasuk ke dalam media tulisan.

Pemanfaatan mejalah sebagai media dakwah tentu akan sangat menguntungkan. Tetapi penyajian pesan-pesan dakwah dalam majalah itu sendiri kemudian menjadi hal-hal yang harus diperhatikan, karena pesan-pesan dakwah yang dimuat dalam majalah haruslah sebuah pesan yang dapat diterima oleh seluruh pembaca majalah yang bersifat heterogen. Jika hal in diabaikan, tidak menutup kemungkinan majalah tersebut justru akan ditingggalkan oleh pembacanya. Adapun penyajian pesan yang baik hendaknya mempunyai ciri-ciri, antar lain :

⁶⁾Hamzah Ya'kub, Publisistik Islam Teknik Dakwah dan Leadership, (Bandung:Diponegoro,1986).hal 47

- a). Yang menarik perhatian umum dan menyarankan untuk melakukan sesuatu.
- b). Yang menyangkut kepentingan pribadi (personal needs) sebagai anggota dari masyarakat itu sendiri.
- c). Dianggap aktual oleh kepentingan masyarakat umum (general public).⁷⁾

Untuk memenuhi ciri-ciri tersebut, maka menjadi tugas wartawan maupun dewan redaksi untuk memilihnya. Disinilah kemampuan mereka untuk menyajikan sesuatu yang menarik untuk pembacanya diuji. Karena itu seorang wartawan muslim sebagai subyek dakwah hendaknya memiliki kriteria-kriteria :

- a). Menguasai isi kandungan Al-qur'an dan Hadits dengan baik.
- b). Menguasai dan mengetahui ilmu pengetahuan.
- c). Bertaqwa kepada Allah SWT.⁸⁾

2. Tinjauan Tentang Pesan-pesan Dakwah

a. Klasifikasi Pesan-pesan Dakwah ✓

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

Mereka selaku subyek dakwah harus memiliki

7) Ton Kertapati, Dasar Dasar Publisistik, (Jakarta: Bina Aksara, 1981), hal 102

8) Hamzah Ya'kub, op, cit., hal 23

pengetahuan yang mendalam mengenai materi dakwah ini dengan jalan tidak bosan-bosannya belajar dan melakukan penelitian serta perbandingan dengan keadaan sekelilingnya. Semakin mampu seorang mubaligh menguasai materi dakwah akan semakin baiklah ia dalam melakukan kegiatan dakwah.

Kehebatan ajaran Islam yang dinamis, progresif, dialektis dan romantis harus mampu ditunjukkan oleh seorang mubaligh/wartawan kepada masyarakat yang menjadi obyek dakwah dengan argumentasi yang mudah dipahami oleh mereka, sehingga kemudian diterima dengan kerelaan dan rasa ikhlas. Mengenai pokok-pokok materi dakwah ini

Rasululloh SAW pernah bersabda :

تَرَكْتُ فِيكُمْ أَمْرَيْنِ مَا إِنْ تَمَسَّكْتُمَا بِهِمَا فَلَنْ تَضِلُّوا أَبَدًا
كِتَابَ اللَّهِ وَسُنَّةَ رَسُولِهِ ﷺ

Artinya : Telah aku tinggalkan kepadamu dua macam perkara yang apabila kamu berpegang teguh kepada keduanya, niscaya kamu tidak tersesat selama-lamanya, yaitu kitabulloh (Al-Qur'an) dan sunnah Rosulullah. (Hadits).⁹⁾

Tidak dapat disangsikan lagi bahwa Al-qur'an dan hadits adalah merupakan dua sumber pokok ajaran Islam, yang karenanya keduanya harus disampaikan kepada masyarakat oleh subyek dakwah. Keterangan-keterangan yang terdapat pada keduanya itu amatlah

⁹⁾Departemen Agama RI, Alqur'an dan Terjemahnya, (Jakarta: Team Penyusun dan Penterjemah Alqur'an, 1985) hal. 89

luas dan menyangkut segala permasalahan yang ada di dunia, dan hal-hal yang nyata sampai hal-hal yang ghaib. Kebenaran keduanya sudah tidak dapat diragukan lagi. Karena itulah kedua pokok ajaran Islam tersebut merupakan materi dakwah yang harus disampaikan kepada umat manusia.

Begitu luasnya keterangan yang ada dalam kedua sumber pokok ajaran Islam tersebut, maka dalam penyampainnya kepada sasaran dakwah haruslah diklasifikasikan sedemikian rupa menurut kebutuhannya. Dalam hal ini Masdar Helmi mengelompokkan materi dakwah menjadi tiga macam, yaitu :

- 1). Aqidah
- 2). Ibadah
- 3). Akhlaq. 10)

Demikian pula Hamzah Ya'kub mengelompokkan materi dakwah itu menjadi empat macam yang pada intinya hampir sama, yaitu :

- 1). Aqidah Islam, tauhid dan keimanan
- 2). Pembentukan pribadi yang sempurna
- 3). Pembangunan masyarakat yang adil dan makmur
- 4). Kemakmuran dan Kesejahteraan di dunia dan akhirat. 11)

10) Masdar Helmy, Dakwah Dalam Alam Pembangunan, (Semarang: CV Toha Putra, 1973). hal 47

11) Hamzah Ya'kub, op.cit., hal 30

Pengklasifikasian materi dakwah yang hampir sama juga dikemukakan oleh Drs. H. Mahfudh Syamsul Hadi MR. dkk, yaitu :

- 1). Bidang keimanan/ketahuidan
- 2). Bidang keislaman/ibadah
- 3). Bidang akhlaq/ihsan
 - a). Pembinaan pribadi
 - b). Pembinaan sosial kemasyarakatan
 - c). Pembinaan bernegara dan berbangsa. 12)

Melihat keterangan-keterangan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya pokok-pokok materi dakwah adalah terdiri dari aqidah, ibadah dan akhlaq. Tetapi apabila dikembalikan kepada sumbernya, maka pada hakekatnya materi dakwah itu adalah seluruh ajaran Islam yang tertuang dalam Al-qur'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 di atas.

Setelah materi dakwah diklasifikasikan sedemikian rupa, tugas da'i selanjutnya adalah menyampaikannya kepada sasaran dakwah dengan menarik sehingga dapat diterima dan dipahami oleh mereka untuk kemudian diamalkan dalam kehidupan.

¹²⁾ Mahfudh Syamsul Hadi MR, dkk, Rahasia Keberhasilan Dakwah KH Zainudin MZ, (Surabaya: Ampel Suci, 1994) hal 122

b. Faktor Aktualitas Isi Pesan

Dalam dakwah, materi apapun yang disajikan haruslah menarik, dapat merangsang sasaran untuk mengikuti, mengetahui. Bila keadaan demikian dapat berjalan, maka dakwah dapat hidup, jalan terus dan tidak membosankan. Oleh karena itu materi dakwah haruslah aktual, kontekstual dan faktual. Materi dakwah harus sesuai dengan kebutuhan obyek dakwah. Jadi dalam berdakwah harus dapat memberikan jawaban terhadap problem dan masalah yang sedang dihadapi umat. Selain itu materi dakwah juga harus sesuai dengan perkembangan jaman agar tepat dengan apa yang dibicarakan masyarakat sehingga dapat menarik perhatian mereka.

Unsur aktual/baru/termasa merupakan unsur terpenting dari sebuah pesan dakwah, karena ia akan membuat pembaca tertarik untuk membaca pesan yang disampaikan. Sebaliknya pesan atau berita yang sudah basi cenderung akan ditinggalkan oleh pembaca. Karena itulah jika sebuah majalah ingin selalu mendapat sambutan positif dikalangan pembacanya haruslah memperhatikan faktor aktualitas pesan ini, walaupun pengertian aktual disini bukan berarti harus selalu kejadian-kejadian yang baru terjadi, melainkan dapat pula kejadian-kejadian dimasa 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 termasa (baru)
- 2) Jarak (dekat-jauhnya) lingkungan yang diberitahukan
- 3) Penting (ternama) tidaknya orang yang diberitakan.
- 4) Keluarbiasan dari berita
- 5) Akibat yang ditimbulkan
- 6) Ketegangan yang ditimbulkan
- 7) Pertentangan yang terlihat
- 8) Seks dalam pemberitahuan
- 9) Kemajuan-kemajuan yang yang diberitakan
- 10) Emosi yang ditimbulkan
- 11) Humor yang ada dalam berita.¹³

Unsur baru termasa yang lebih kita kenal dengan kata aktual adalah menempati urutan pertama dalam penulisan sebuah berita. Begitu pulalah halnya dengan penulisan pesan dakwah melalui naskah khutbah jum'at yang akan disampaikan/dibacakan didepan khalayak manusia.

Kemudian apabila penyajian pesan-pesan dakwah dilakukan melalui majalah dalam bentuk naskah khutbah, unsur aktualpun tetap harus mendapatkan perhatian serius, sebagaimana diterangkan oleh Drs Ahmad Suyuti :

Khutbah akan lebih mencapai hasil seperti yang diharapkan, jika isi pesan dan isi khutbah yang dibawakan oleh khotib tidak menimbulkan dikotomi yang cenderung memisahkan agama dengan ilmu pengetahuan dan tekhnologi. Khutbah yang materinya sesuai dengan konteks perkembangan zaman dan peduli terhadap problem kontemporer tentu akan bisa mempertemukan

¹³⁾ Dja'far H Assegaf, Jurnalistik Masa Kini, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1983), hal. 19

agama, ilmu dan teknologi.¹⁴

Nilai aktualitas didalam retorika maupun penulisan suatu berita (news) sangat besar sekali peranan dan artinya, tetapi secara umum dapat bahwa nilai aktualitas suatu peristiwa itu tidaklah terbatas pada peristiwa yang inaktu yang baru saja terjadi pada saat itu, tetapi nilai aktualitas dapat terjadi apabila :

- 1) Kejadian tersebut ada relevansinya dengan kebutuhan manusia sekarang dan masa yang akan datang.
- 2) Apabila peristiwa disajikan secara segar sehingga mampu membangkitkan rasa intim/afinitas antara komunikator dengan komunikan.¹⁵

Dengan demikian seorang komunikator dalam rangka menumbuhkan intimasinya, dapat melaporkan suatu peristiwa yang terjadi pada saat itu (aktuil) tetapi diapun dapat menyajikan peristiwa lama dengan mengaktuilkan kembali karena ada relevansinya dengan peristiwa yang mempengaruhi komunikan pada saat itu.

Untuk memenuhi unsur pesan yang aktuil inilah dituntut pengetahuan dan pendekatan pengetahuan secara interdisipliner dari pihak mubaligh dalam menyajikan pesan-pesan kepada khalayak, mengingat peristiwa didalam Alqur'an menurut kadar waktu merupakan suatu peristiwa masa lalu dalam garis besarnya. Sehingga dalam pengetahuannya tersebut

¹⁴) Drs Ahmad Suyuti, Jadilah Khatib yang Kreatif dan Simpatik, (Jakarta: Pustaka Amani, 1995). hal 19

¹⁵) Drs Toto Tasmara, Komunikasi Dakwah, (Jakarta: CV Gaya Media Pratama, 1987). hal 192

seorang mubaligh dapat mewujudkan korelasi aktuail terhadap suatu masalah yang dihadapi komunikan.

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.¹⁶

Melihat keterangan-keterangan seperti diatas, dapatlah kita tarik kesimpulan bahwa faktor aktualitas dalam penyajian sebuah pesan, termasuk pesan-pesan dakwah sangatlah penting untuk menunjang keberhasilan kegiatan dakwah.

c. Faktor Kecenderungan Isi Pesan Dakwah

Faktor lain yang tidak boleh dilupakan dari sebuah pesan dakwah adalah kecenderungan isi pesannya, apakah pesan itu cenderung akhirat sentris artinya selalu menyajikan tentang hal-hal yang berhubungan dengan masalah akhirat seperti masalah dosa, pahala, syurga, neraka, hisaban dan lain-lain

¹⁶⁾ Drs. Toto Tasmara, op, cit., hal 144

sehingga membuat komunikasi merasa bosan dan kurang respek, kurang termotivasi untuk memperhatikan pesan itu karena tidak sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka. Sebab yang mereka harapkan adalah pesan yang mampu memecahkan masalah yang dihadapi.

d. Komposisi Pesan

Banyak cara menyusun pesan pidato/khutbah, tetapi semuanya harus didasari dengan tiga prinsip komposisi pesan. Prinsip-prinsip pesan ini mempengaruhi seluruh organisasi pesan. These three great rhetorical principles", kata Raymond S. Rose, have a profound bearing upon how we should organize message. "Prinsip-prinsip ini ialah kesatuan (Unity), pertautan (coherence) dan titik berat (emphasis).¹⁷

Komposisi pesan yang baik harus merupakan satu kesatuan yang utuh, yang meliputi kesatuan dalam isi, tujuan dan sifat. Maksudnya adalah bahwa dalam isi harus mempunyai gagasan tunggal yang mendominasi seluruh uraian, selain harus mempunyai satu macam tujuan diantara yang tiga, yaitu menghibur, memberitahukan dan mempengaruhi. Selain itu kesatuan juga harus tampak dalam sifat pembicaraan, apakah serius, informal, formal atau bermain-main. Sifat pembicaraan ini harus menguasai atau mendominasi seluruh uraian karena ikut

¹⁷) Jalaludin Rakhmat, Rhetorika Modern, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 1982). hal 31-32

menentukan uraian bahan, gaya bahasa atau pemilihan kata-kata. Inilah yang dimaksud dengan prinsip kesatuan (Unity), tanpa memperhatikan ini akan membuat pendengar menggerutu ngawur, bertele-tele tidak jelas apa yang dibicarakan dan meloncat-loncat.

Prinsip komposisi pesan yang kedua adalah adanya pertautan (coherence), yang berarti menunjukkan urutan bagian uraian yang berkaitan satu sama lain. Pertautan menyebabkan perpindahan dari pokok yang satu kepada pokok yang lain berjalan lancar. Sebaliknya hilangnya pertautan menimbulkan gagasan yang tersendat-sendat atau khalayak tidak mampu menarik gagasan pokok dari seluruh pembicaraan.

Titik berat (emphasis) dalam sebuah pesan adalah penonjolan bagian pesan atas bagian yang lain, biasanya ada pada gagasan utama, ikhtisar uraian, pemikiran baru, perbedaan pokok dan hal-hal yang perlu mendapat perhatian lebih. Bila sebuah pesan mengikuti komposisi pesan tersebut, maka pesan itu akan menjadi efektif dan mudah diterima oleh sasaran yang dituju.

Secara singkat prinsip-prinsip komposisi ialah : kesatuan, persatuan dan titik berat. Kesatuan berarti satunya isi, tujuan dan sifat. Tetapi kesatuan tanpa susunan gagasan yang teratus akan menimbulkan kebingungan. Karena itu diperlukan syarat kedua : pertautan. setelah itu, beberapa gagasan harus ditonjolkan dan yang lain harus dibelakangkan, sebagian ditekankan dan sebagian lagi diuraikan sambil lalu. Inilah yang kita

sebut titik berat. 20)

Penyusunan pesan apapun sudah mengikuti pada prinsip-prinsip komposisi pesan seperti tersebut, tentu saja pesan apapun yang disampaikan akan mudah diterima.

3. Tinjauan Tentang Organisasi Pesan

Hal yang tidak kalah pentingnya untuk diperhatikan dalam penyusunan pesan adalah organisasi pesannya. Karena organisasi pesan akan membuat sebuah pidato tersusun tertib sehingga mampu menciptakan suasana yang favorabel, membangkitkan minat, memperlihatkan pembagian pesan yang jelas sehingga memudahkan pengertian, mempertegas gagasan pokok dan menunjukkan perkembangan pokok-pokok pikiran secara logis.

Karena itu, sudah sejak lama retorika menunjukkan cara-cara menyusun pesan mengikuti pola yang disarankan Aristoteles. Retorika mengenal enam macam organisasi pesan : deduktif, induktif, kronologis, logis, spasial, dan topikal. Urutan deduktif dimulai dengan menyatakan dulu gagasan utama kemudian memperjelas dengan keterangan-keterangan penunjang, penyimpulan dan bukti. Sebaliknya dalam urutan induktif kita mengemukakan perincian-perincian dan kemudian menarik kesimpulan. Dengan kronologis, pesan disusun berdasarkan urutan waktu terjadinya peristiwa, dengan urutan logis maka pesan disusun berdasarkan sebab ke akibat atau akibat ke sebab; dengan urutan spasial pesan disusun berdasarkan tempat, sedangkan urutan topikal pesan disusun berdasarkan topikal pesan disusun berdasarkan topik pembicaraan, klasifikasi, dari yang penting kepada yang sukar penting, dari yang mudah kepada

18) Jalaludin Rakhmat, op, cit., hal 34

yang sukar, dari yang dikenal kepada yang asing.
21)

Berdasarkan kepada keterangan di atas, maka kita dapatlah tahu bahwa masing-masing dari organisasi pesan tersebut dapat digunakan berdasarkan kepentingan-kepentingan dari komunikator dalam menyampaikan pesannya.

4. Tinjauan Tentang Gaya Bahasa

a. Macam-macam Gaya Bahasa

Gaya bahasa atau dikenal pula dengan majas adalah bahasa berkias yang dapat menghidupkan/meningkatkan efek dan menimbulkan konotasi tertentu.²²⁾ Dalam kata lain gaya bahasa dapat membuat sebuah kalimat memiliki "rasa" bahasa sehingga mudah didengarkan, dinikmati, dan mudah untuk dimengerti oleh pendengar.

Gaya bahasa yang kita kenal adalah banyak sekali dengan spesifikasinya masing-masing antara lain : simile, metafora, personifikasi, hiperbola, litotes, ironi, sinisme, sarkasme, metonomia, sinekdok, eufimisme, repetisi, anafora, tautologi, pleonasme, antitesis, paradoks, alusi, klimaks, dan anti klimaks.²³⁾

Dari sekian banyaknya gaya bahasa tersebut, tentu saja tidak semuanya dapat dipergunakan untuk menulis sebuah naskah khutbah jum'at, karena berbagai spesifikasi dari gaya bahasa tersebut yang hanya pantas digunakan dalam percakapan sehari-hari dalam pergaulan di masyarakat. Karena itu dipilihlah beberapa gaya bahasa yang mungkin dapat digunakan dalam penulisan naskah khutbah, yaitu : Simile, metafora, personifikasi, hiperbola, eufimisme,

19) Jalaludin Rakhmat, Psikologi Komunikasi, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 1992). hal 592

20) Drs. Soedjito, Kosa Kata Bahasa Indonesia! (Jakarta: Gramedia, 1982). hal 114

21) Ibid, hal 114-123

repetisi, anafora, antitesis, paradoks, alusi, klimaks dan anti klimaks.

Penjelasan dan pengertian dari masing-masing gaya bahasa tersebut adalah seperti berikut ini yang disertai dengan contoh-contohnya :

- 1). Simile adalah majas yang berupa perbandingan dua hal yang sama hakekatnya berbeda tetapi sengaja dianggap sama. Contoh : Bedanya bagaikan langit dengan bumi.
- 2). Metafora adalah perbandingan yang sangat singkat dan padat dinyatakan secara implisit dan langsung. Contoh : bunga bangsa, urat nadi perhubungan, dll.
- 3). Personifikasi adalah majas yang menggambarkan benda-benda tak bernyawa seolah-olah memiliki sifat-sifat insani seperti manusia. Contoh : Tanah air indonesia memanggil pemuda dan pemudi untuk membangun bangsanya.
- 4). Hiperbola adalah majas yang melebih-lebihkan/membesar-besarkan apa yang sebenarnya dimaksud. Contoh : Tangisnya menyayat-nyayat hati.
- 5). Eufimisme adalah majas yang berupa ungkapan-ungkapan halus untuk menggantikan ungkapan-ungkapan yang dirasa kasar, kurang sopan, atau kurang menyenangkan. Contoh : Mudah-mudahan para pemimpin yang telah mendahului

kita itu diterima di sisi Tuhan Yang Maha Esa.

- 6). Repetisi adalah majas yang berupa pengulangan kata atau kelompok kata yang sama dengan maksud untuk menarik perhatian atau lebih menegaskan. Contoh : Pemuda, pemudalah yang meneruskan cita-cita perjuangan bangsa.
- 7). Anafora adalah majas yang berupa pengulangan kata pada awal kalimat (penggalan kalimat) yang berturut-turut. Contoh : Ada kemauan, ada jalan.
- 8). Antetesis adalah majas majas berupa paduan dua kata yang berlawanan. Contoh : Maju mundurnya bangsa ini bergantung kepada kita sendiri.
- 9). Paradoks adalah majas yang berupa pertentangan dua obyek yang berbeda. Contoh : Kita memang kecil, tetapi kuat.
- 10). Alusi adalah majas yang menunjuk secara tidak langsung kepada peristiwa-peristiwa, tokoh-tokoh, tempat atau dalam karya-karya sastra terkenal. Contoh : Tugu ini mengenangkan kita pada tanggal 10 November.
- 11). Klimaks adalah majas yang berupa urutan gagasan yang berjenjang naik, makin meningkat intensitasnya, sedangkan anti klimaks berjenjang menurun hingga yang kurang

penting. Contoh : Dia memang orang yang rela berkorban. Harta, benda dan raganya direlakan demi kesejahteraan bangsa. (klimaks)

Di Ibukota Jakarta, di Kota-kota besar, di desa-desa dan di pelosok tanah air rakyat merayakan HUT kemerdekaan RI yang ke-50. (anti klimaks).

Penggunaan gaya bahsa-gaya bahasa tersebut di atas pada sebuah khutbah jum'at akan menjadikan khutbah menjadi lebih baik, memiliki "rasa" bahasa, mudah diterima dan membuat jamaah tertarik untuk mendengarkan khutbah. Lain, apabila sebuah khutbah disajikan dengan bahasa yang monoton dan tidak memiliki gaya bahasa sama sekali.

Bahasa dalam khutbah sangat penting artinya untuk memikat perhatian jamaah. Susunan bahasa yang indah dan bisa memberi kesan puitis akan memiliki kelebihan tersendiri. Khatib hendaknya menggunakan bahasa yang fasih, sederhana dan rasional, serta memenuhi tata bahasa yang benar. Itulah bahasa khutbah yang ciri-cirinya lebih mengutamakan kata-kata dan istilah yang sederhana populer dan mudah dimengerti oleh jamaah. Ungkapan-ungkapannya singkat, padat, tidak berulang-ulang dan tidak berbelit-belit. Dan tidak menutup kemungkinan untuk menyisipkan bahasa daerah, sekedar ilustrasi atau untuk mempertegas keterangan. 24)

Pendeknya, salah satu daya tarik bahasa

22) Drs Ahmad Suyuti, op, cit., hal 22

khutbah adalah pilihan kata yang tepat di dalam menyusun kalimat demi kalimat. Tidak berbunga-bunga, tidak pernah pengulangan kalimat dan tidak acak-acakan. Melainkan indah dan enak didengar.

G. METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian terhadap rubrik khutbah jum'at dalam majalah Media Pembinaan yang diterbitkan oleh Kantor Wilayah Departemen Agama Propinsi Jawa Barat, maka langkah-langkah yang ditempuh adalah mengikuti prosedur content analysis (analisis isi), yaitu :

1. Merumuskan pertanyaan dan hipotesa
2. Melakukan sampling
3. Pembuatan kategori
4. Melakukan koding
5. Penskalaan item-item berdasarkan frekuensi penampakan intensitas dan kriteria lain.
6. Penginterpretasian data. 25)

Penerapan prosedur di atas dalam penelitian ini adalah dengan terlebih dahulu merumuskan pertanyaan yang merupakan permasalahan yang akan dicari jawabannya, yaitu seperti yang terdapat dalam bagian perumusan masalah. Pertanyaan tersebut merupakan pertanyaan pokok yang untuk menjawabnya

23) Bambang Setiawan, Content Analysis, (Yogyakarta: Fisipol UGM, 1992), hal 16

agar didapat data yang lengkap, maka dibuatkan pertanyaan-pertanyaan penunjang sebagai alat penelitian.

Sedangkan untuk hipotesa, maka dalam penelitian ini tidak digunakan, karena hanya akan mendeskripsikan secara kuantitatif data-data yang diperoleh, bukan untuk menguji suatu teori atau hubungan antar variabel.

Dalam penelitian ini tidak dilakukan sampling, tetapi langsung ditentukan obyek penelitiannya, yaitu sebanyak 36 exemplar majalah Media Pembinaan yang doiterbitkan selama 3 tahun sejak edisi bulan Januari 1993 sampai edisi bulan Desember 1995.

Langkah selanjutnya adalah pembuatan kategori untuk masing-masing kriteria permasalahan yang ingin diketahui. Pembuatan kategori ini dibuat sedemikian rupa sehingga mampu untuk menganalisa isi teks khutbah jum'at dalam majalah media pembinaan yang menjadi obyek penelitian.

Setelah kategorisasi dilakukan, maka kemudian dilakukan koding, yaitu pemberian kode-kode tertentu terhadap obyek analisa untuk membedakan antara yang satu dengan yang lainnya, sehingga kemudian data-data yang sejenis akan terkumpul berdasarkan kelompoknya dan kategorinya masing-masing.

Barulah kemudian setelah koding dilakukan kemudian dipilah data yang satu dengan yang lain,

dikelompokkan menurut kelompoknya masing-masing untuk kemudian dihitung prosentase dari masing-masing data yang didapatkan.

Setelah semuanya dilaksanakan, langkah terakhir adalah pengintrepasikan data, maksudnya adalah bahwa dari data yang dikumpulkan kemudian diambil sebuah kesimpulan apa diinterpretasikan menurut keadaan data-data yang diperoleh.

Digunakannya content analysis dalam penelitian ini adalah karena analisa isi itu cocok untuk mengamati dan mengukur isi komunikasi. Analisa isi ini telah sering digunakan untuk mengkaji pesan-pesan media, oleh karena metode ini adalah suatu cara untuk menguji isi secara kuantitaif, keyakinan-keyakinan dan kepentingan para editor dan penerbit kecenderungan - kecenderungan para pembaca (berdasarkan asumsi bahwa bahan-bahan yang diterbitkan secara berhasil bagi sesuatu golongan tertentu mencerminkan secara akurat kecenderungan-kecenderungan golongan yang bersangkutan).

Tekhnik ini didasarkan pada asumsi bahwa :

- Pengkajian isi nyata adalah sangat berarti, kategori-kategori dapat dibuatkan pada isi yang sesuai dengan arti yang dimaksud oleh komunikator dan dimengerti oleh para pembaca.

- Bahwa uraian isi komunikasi secara kuantitatif adalah sangat berarti, asumsi mengandung arti bahwa frekuensi kejadian dari berbagai sifat isi itu sendiri merupakan faktor penting dari komunikasi dalam keadaan tertentu.

Analisa isi sering dipakai untuk menetapkan tekanan relatif dari berbagai gejala komunikasi, propaganda, kecenderungan, gaya-gaya, perubahan dalam isi dan keterbacaan.²⁶⁾

Untuk mendapatkan data pelengkap seperti tentang latar belakang penerbitan, sirkulasi majalah, keadaan kantor redaksi, kesejahteraan karyawan, dan lain-lain, maka dilakukanlah teknik observasi, interview dan dokumentasi.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

²⁴⁾ Don Michel Flournoy (Ed), Analisa Isi Surat Kabar-Surat Kabar di Indonesia, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1992), hal 19

BAB IV

KESIMPULAN, SARAN-SARAN, PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari uraian secara panjang lebar mengenai pesan-pesan dakwah dalam Media Pembinaan dan data-data dari hasil penelitian yang dilakukan seperti tercantum dalam tabel, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dari ketiga macam pesan dakwah yang diteliti yang meliputi aqidah, ibadah dan akhlaq, maka aspek akhlaq mendapat porsi yang paling banyak yaitu sebanyak 24 macam pesan atau sebanyak 66,66% dari jumlah total 36 majalah. Hal ini adalah karena misi yang diembam majalah Media Pembinaan adalah menyampaikan pesan dakwah yang membina akhlaq masyarakat agar senantiasa berperilaku sesuai dengan ajaran agama Islam walaupun umat berada dalam era menuju zaman globalisasi dan modernisasi yang tentu akan sangat banyak terkena tempaan dari berbagai budaya asing yang kurang baik dan tidak sesuai dengan agama Islam.
2. Pesan-pesan dakwah yang disampaikan dalam majalah Media Pembinaan khususnya rubrik khutbah jum'at banyak menyajikan pesan-pesan yang aktual sekitar pembangunan dan upaya yang dilakukan pemerintah serta keadaan yang tengah dihadapi masyarakat Indonesia pada umumnya, sehingga kemungkinan untuk dipahami lebih banyak, walaupun ada pula disampaikan

pesan-pesan yang sudah tidak aktual lagi, tetapi tentu hal itu tidak akan membuat pembaca merasa bosan.

3. Kecenderungan pesan dakwah dalam majalah Media Pembinaan adalah berimbang antara pesan yang bersifat dunia centris, sehingga tidak akan membosankan pembaca.
4. Komposisi pesan dakwah dalam naskah khutbah jum'at majalah Media Pembinaan adalah masih acak-acakan sehingga aspek kesatuan pesan, pertautan dan titik berat belum begitu diperhatikan, sehingga hal tersebut dapat membuat pembaca merasa sulit mencerna isi pesan yang disampaikan.
5. Organisasi pesan yang digunakan dalam menulis naskah khutbah pada majalah Media Pembinaan kebanyakan menggunakan organisasi pesan deduktif dan induktif saja, sedangkan organisasi pesan yang lain belum sama sekali digunakan, sehingga pesan-pesan yang disampaikan kurang bervariasi dan terkesan monoton dari itu ke itu saja.
6. Gaya bahasa yang digunakan dalam menulis naskah khutbah pada majalah Media Pembinaan masih terkesan monoton dari itu ke itu juga, belum terlihat adanya pemakaian gaya bahasa yang terkombinasi dengan baik yang mampu membuat pembaca maupun pendengar merasa tertarik dan terdengar indah apabila dibaca serta tidak membosankan, untuk itu pada masa yang akan

pesan-pesan yang sudah tidak aktual lagi, tetapi tentu hal itu tidak akan membuat pembaca merasa bosan.

3. Kecenderungan pesan dakwah dalam majalah Media Pembinaan adalah berimbang antara pesan yang bersifat dunia centris, sehingga tidak akan membosankan pembaca.
4. Komposisi pesan dakwah dalam naskah khutbah jum'at majalah Media Pembinaan adalah masih acak-acakan sehingga aspek kesatuan pesan, pertautan dan titik berat belum begitu diperhatikan, sehingga hal tersebut dapat membuat pembaca merasa sulit mencerna isi pesan yang disampaikan.
5. Organisasi pesan yang digunakan dalam menulis naskah khutbah pada majalah Media Pembinaan kebanyakan menggunakan organisasi pesan deduktif dan induktif saja, sedangkan organisasi pesan yang lain belum sama sekali digunakan, sehingga pesan-pesan yang disampaikan kurang bervariasi dan terkesan monoton dari itu ke itu saja.
6. Gaya bahasa yang digunakan dalam menulis naskah khutbah pada majalah Media Pembinaan masih terkesan monoton dari itu ke itu juga, belum terlihat adanya pemakaian gaya bahasa yang terkombinasi dengan baik yang mampu membuat pembaca maupun pendengar merasa tertarik dan terdengar indah apabila dibaca serta tidak membosankan, untuk itu pada masa yang akan datang diharapkan ada perubahan sehingga akan mampu memberikan kesan yang mendalam baik bagi pembaca maupun pendengar.

B. SARAN-SARAN

Kepada dewan penyunting kami menyarankan hal-hal sebagai berikut :

1. Hendaknya sering mengadakan study banding dengan penerbit yang lain yang telah maju sehingga dapat meningkatkan kualitas isi maupun percetakannya.
2. Penggunaan hasil laba sebaiknya juga digunakan untuk membangun tempat-tempat ibadah dan dibeli Alqur'an maupun buku-buku keagamaan untuk dikirimkan kepada masyarakat yang membutuhkan.
3. Kualitas huruf dan percetakannya supaya lebih ditingkatkan agar menyenangkan langganan terutama untuk rubrik khutbah jum'at.
4. Untuk distribusi ke daerah supaya lebih dioptimalkan sehingga tidak membuat langganan kecewa dengan keterlambatan majalah.
5. Sebaiknya untuk artikel-artikel yang dimuat dalam majalah tersebut disiapkan dari karyawan Departemen Agama sendiri dengan melalui sensor yang ketat.
6. Kondisi kantor redaksi serta fasilitasnya sebaiknya ditingkatkan sehingga akan semakin membuat majalah tersebut berkembang pesat.
7. Untuk liputan daerah sebaiknya dipilih kegiatan yang berbobot sehingga beritanya menjadi lebih menarik lagi dan tidak terkesan asal ada berita daerah dan

hanya menunggu kiriman berita dari daerah saja, sebaiknya dewan redaksi ada yang turun ke lapangan.

C. PENUTUP

Demikianlah kemampuan kami dalam menyusun skripsi berjudul PESAN-PESAN DAKWAH DALAM MAJALAH MEDIA PEMBINAAN semoga skripsi tersebut dapat bermanfaat bagi kami khususnya dan bagi semua pihak yang berkepentingan dengan skripsi tersebut.

Segala usaha dan kemampuan telah kerahkan untuk tersusunnya skripsi ini secara maximal, namun apabila ada terdapat kesalahan dan kekurangan itupun kami sadari dan semoga menjadi pendorong untuk dapat berbuat yang lebih baik lagi pada masa yang akan datang.

Kepada semua pihak yang telah ikut membantu kelancaran alam penyusunan skripsi ini kami ucapkan terima kasih disertai iringan do'a semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan memberikan pahala yang berlipat ganda.

Akhirnya penulis mohon maaf atas segala kesalahan dan khilaf penulis kepada semua pihak baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja, terasa maupun tidak terasa.

Terima kasih.

DAFTAR PUSTAKA

- Anas Sudijono, Drs, Diktat Kuliah Metodologi Research dan Bimbingan skripsi, Yogyakarta : UD Rama, 1981.
- Achmad Suyuti, Drs, Jadilah Khatib yang Kreatif dan Simpatik, Jakarta : Pustaka Amani, 1995.
- Bambang Setiawan, Cotent Analysis, Yogyakarta : Fakultas Fisipol UGM, 1993.
- Dja'far H Assegaf, Jurnalistik Masa Kini, Jakarta : Gramedia, 1983.
- Departemen Agama RI, Alqur'an dan Terjemahannya, Jakarta : Team Penyusun dan Penterjemah AlQur'an, 1985.
- Don Michael Flournoy (Ed), Analisa Isi Surat Kabar-Surat Kabar di Indonesia, Yogyakarta : Gajah Mada University Press, 1989.
- Hamzah Ya'kub, Publisistik Islam Teknik Dakwah dan Leadership, Bandung : Diponegoro, 1986.
- Jalaludin Rahmat, Psikologi Komunikasi, Bandung : PT Remaja Rosda Karya, 1992.
- Jalaludin Rahmat, Retorika Modern, Bandung : PT Remaja Rosda Karya, 1982.
- Masdar Helmi, Dakwah Dalam Alam Pembangunan, Semarang : CV Toha Putra, 1973.
- Mahfudh Syamsul Hadi MR, Drs, dkk, Rahasia Keberhasilan Dakwah KH Zainudin MZ, Surabaya : Ampel Suci, 1994.
- Onong Uchyana Effendi, Ilmu Komunikasi, Bandung : PT Remaja Rosda Karya, 1992.
- Poerwadarminta, W.J.S, Kamus Umum Bahasa Indonesia, Jakarta : bp Balai Pustaka, 1985.
- Sutrisno Hadi, Metodologi Research, Yogyakarta : Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM 1984.
- Soedjito, Drs, Kosa Kata Bahasa Indonesia, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 1982.
- Toha Yahya Oemar, Ilmu Dakwah, Jakarta : Wijaya, 1987.