

**OPINI PEMBACA TERHADAP RUBRIK-RUBRIK
KEAGAMAAN MAJALAH RINDANG**



SKRIPSI

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

**Untuk memenuhi sebagian dari Syarat-syarat
Guna memperoleh Gelar Doktorandus dalam
Ilmu Dakwah**

Oleh :

Nurul Huda

Juli 1990

Drs. Mashudi BBA

NOTA DINAS

H a l : Skripsi Saudara
Nurul Huda

Yogyakarta, .12. Juli 1990

Kepada Yth,

Bapak Dekan Fakultas Dakwah

IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di

Yogyakarta

Assalamualaikum Wr.Wb.

Kami selaku pembimbing utama skripsinya saudara Nurul Huda Mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Jurusan Penyiaran dan Penerangan Agama Islam, dengan nomer Induk Mahasiswa 02830166. Judul skripsi "OPINI PEMBACA TERHADAP RUBRIK-RUBRIK KEAGAMAAN MAJALAH RINDANG".

Setelah kami meneliti dan memberikan saran-saran seperlunya, maka dengan ini kami mengajukan skripsi tersebut kepada Fakultas Dakwah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta agar dapat dimunaqosahkan serta diterima oleh si - dang munaqosah Fakultas Dakwah.

Demikianlah harapan kami semoga dapat dimaklumi dan kami ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

REMBIMBING I

Drs. Mashudi BBA.
NIP. 150 028 175

PEMBIMBING II

Drs. Hasan Baihaqi AF.
NIP. 150 204 261

P E N G E S A H A N

Skripsi berjudul :

OPINI PEMBACA TERHADAP RUBRIK-RUBRIK
KEAGAMAAN MAJALAH RINDANG

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

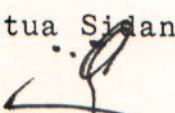
NURUL HUDA

Telah dimunaqosahkan di depan Sidang Munaqosah

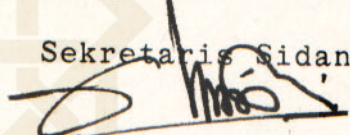
Pada tanggal : .21 Juli 1990

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
Sidang Dewan Munaqosah.

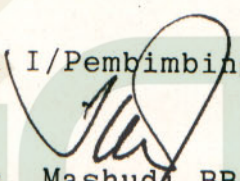
Ketua Sidang


Drs. M. Hasan Baidai
NIP : 150 046 342


Sekretaris Sidang


Drs. Fathuddin Abdul Ganie
NIP : 150 058 707


Penguji I/Pembimbing Skripsi


Drs. Mashudi BBA
NIP : 150 028 175

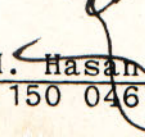
Penguji II


Drs. Tolhah Tirtomenggolo
NIP : 150 017 908

Penguji III


Drs. Abdul Qodir Syafii
NIP : 150 198 361

Yogyakarta, .21. Juli 1990
IAIN Sunan Kalijaga Fak. Dakwah
D. e. a n


Drs. M. Hasan Baidai
NIP : 150 046 342

MOTTO

.....وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَّهُمْ فِي أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا (النِّسَاءُ ٦٣)

....."dan nasehatilah mereka serta katakanlah kepada mereka kata-kata yang memberi bekas pada apa-apa yang ada dihati mereka." (An-Nisa : 63) ¹⁾

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

¹⁾ M. Natsir, Fiqhud Da'wah, (Solo : Ramadhani, 1986) hal. 161.

PERSEMBAHAN

Inilah curahan bakti,
Kupersembahkan kepada :

Ibunda dan Ayahanda,
Sauda-saudaraku
Sanak keluargaku,
Nenek tercinta,
Engkaulah yang senantiasa bersa -
bar mendidik dan mendoakan aku
menjadi hamba Allah yang taqwa.
Bagimu, cintaku Almamater IAIN,
Guru-guruku,
Sahabat-sahabatku,
Dan para pejuang penegak Islam.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Alloh SWT, Pencipta, Pemilik dan Pemelihara alam semesta. Sholawat dan salam senantiasa terlimpah kepada penutup para nabi dan rasululloh Muhammad beserta keluarganya, sahabat-sahabatnya dan pengikutnya yang setia memperjuangkan Islam.

Perlu diketahui bahwa skripsi ini berjudul "OPINI PEMBACA TERHADAP RUBRIK-RUBRIK KEAGAMAAN MAJALAH RINDANG" karya tersebut disusun guna melengkapi sebagian syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam ilmu dakwah. Dan dalam penyusunan karya ini banyak melibatkan instansi dan perorangan, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Pimpinan Fakultas Dakwah beserta staf yang telah menyetujui dan memberi bantuan untuk mengadakan penelitian.
2. Bapak Drs. Mashudi BBA. dan Drs. Hasan Baihaqi AF. selaku pembimbing yang telah memberi perhatian dan sumbangan pemikiran sehingga terwujudnya karya tulis ini.
3. Kepala Direktorat Sosial Politik D.I.Y., Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Tingkat I Jawa Tengah dan Daerah Tingkat II Karanganyar serta Kepala Kantor Urusan Agama Kecamatan Jaten yang telah memberi izin riset sehingga dapat menyelesaikan tulisan skripsi ini.

4. Segenap

4. Segenap karyawan-karyawati Departemen Agama Kecamatan Jaten yang telah sudi memberi informasi dan menjadi sampel dalam penelitian ini, sehingga penelitian ini dapat berjalan cukup lancar.
5. Ayah Bunda yang selalu berdoa untuk kesuksesan penulis dan para mahasiswa jurusan PPAI, serta semua pihak yang telah membantu terwujudnya skripsi ini.

Semua bantuannya sangat besar artinya bagi penyusunan skripsi ini, semoga Allah SWT. Memberi imbalan serta mencatatnya sebagai amal jariyah. Kemudian perlu diketahui bahwa karya tulis ini belum merupakan hasil akhir, maka perlu langkah penyempurnaan yang seperlunya. Oleh karena itu kami mengharapkan dapat menggugah para peneliti ilmu dakwah dalam bidang pers khususnya dan para peneliti ilmu komunikasi lainnya untuk disempurnakan. Semoga karya ini akan menjadi rahmah bagi penulis khususnya dan bagi siapa saja yang berkenan menelaah skripsi ini.

Yogyakarta, Juli 1990

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA DINAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN DAFTAR ISI	viii
HALAMAN DAFTAR TABEL	xii
 BAB I : PENDAHULUAN	 1
A. Penjelasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Kegunaan Penelitian	5
F. Landasan Teori	5
1. Tinjauan umum tentang proses Komunikasi	 5
a. Konsep Proses Komunikasi	6
b. Arus message dalam komunikasi	7
2. Tinjauan umum tentang opini publik	 8
a. Pengertian opini	8
b. Fungsi dan kekuatan opini publik	 9

c. Macam Penelitian massa yang di- ungkap	10
d. Alat untuk membentuk opini pu- lik	11
e. Lembaga-lembaga yang memanfaat- kan opini publik	12
f. Pembagian publik dalam arti pem- baca yang beropini	13
3. Tinjauan umum tentang majalah.....	13
a. Pembagian media massa	13
b. Fungsi pers dan tujuan komunikasi	14
c. Seleksi dan penggunaan media ..	19
H. Metode Penelitian	20
1. Populasi	20
2. Pengumpulan data	21
3. Analisa data	23
4. Definisi operasional variabel	23
BAB II: GAMBARAN UMUM PEGAWAI DEPARTEMEN AGAMA DI KECAMATAN JATEN KABUPATEN KARANGANYAR PROPINSI JAWA TENGAH	
A. Tingkat Pendidikan	25
B. Jenis Kelamin	26
C. Strata umur	27
D. Jumlah keluarga karyawan	28
E. Jabatan dan wilayah kerja karyawan ..	30
1. Status jabatan atau pekerjaan.....	30
2. Wilayah kerja	31

F. Media cetak yang dimiliki & dibaca	35
1. Koran	35
2. Majalah	37
3. Buku bacaan umum	39
4. Buku bacaan agama	41
G. Kebiasaan membaca	42
1. Kebiasaan membaca di rumah & di Kantor	42
2. Jumlah bagian majalah Rindang yang dibaca	44
3. Pembaca majalah Rindang	45
4. Rubrik-rubrik majalah Rindang yang di - sukai dan selalu dibaca	47
BAB III : LAPORAN PENELITIAN	51
A. Persiapan penelitian	51
1. Penentuan responden dan sampel	51
2. Penyebaran dan penarikan angket	54
B. Macam-macam opini atau pendapat karyawan	56
1. Pendapat pembaca terhadap majalah Rindang secara umum	56
2. Pendapat pembaca terhadap tafsir al-Qur'an	59
3. Pendapat pembaca terhadap rubrik Dakwah	62
4. Pendapat pembaca terhadap rubrik khutbah bulan ini	66
5. Pendapat pembaca terhadap rubrik agama	71
6. Pendapat pembaca terhadap rubrik mu - tiara hikmah & kata mutiara	74

7. Pendapat pembaca terhadap rubrik soal jawab agama Islam	78
C. Faktor-faktor yang menghambat pembaca kurang berminat membaca pesan- pesan ke- agamaan majalah Rindang	82
BAB V :PENUTUP	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran-saran	86
C. Kata penutup	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Tingkat pendidikan	25
Tabel 2 Jenis Kelamin responden	26
Tabel 3 Strata umur	27
Tabel 4 Jumlah keluarga yang ditanggung karyawan	29
Tabel 5 Status jabatan atau kerja responden	31
Tabel 6 Jumlah pemeluk agama di kecamatan Jaten.	32
Tabel 7 Jumlah & macam koran yang dibaca responden	36
Tabel 8 Jumlah & macam majalah yang dibaca res - ponden	38
Tabel 9 Jumlah buku bacaan umum yang dimiliki res ponden	40
Tabel 10 Jumlah buku bacaan agama yang dimiliki ..	41
Tabel 11 Kebiasaan responden membaca di rumah/ di- Kantor	43
Tabel 12 Jumlah bagian majalah Rindang yang dibaca	44
Tabel 13 Pembaca majalah Rindang di lingkungan ke- luarga karyawan DEPAG kecamatan Jaten ...	46
Tabel 14 Rubrik-rubrik yang disukai & selalu dibaca	48
Tabel 15 Pendapat pembaca terhadap kualitas majalah Rindang secara umum	57
Tabel 16 Pendapat pembaca terhadap rubrik tafsir Qur'an	61
Tabel 17 Pendapat pembaca terhadap rubrik dakwah	65
Tabel 18 Pendapat pembaca terhadap rubrik khutbah..	69

Tabel 19	Pendapat pembaca terhadap rubrik agama	73
Tabel 20	Pendapat pembaca terhadap rubrik hikmah mu- tiara dan kata mutiara	76
Tabel 21	Pendapat pembaca terhadap rubrik soal jawab agama Islam	80
Tabel 22	Pendapat pembaca terhadap rubrik-rubrik ke- agamaan majalah Rindang	82



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

BAB I PENDAHULUAN

A. PENJELASAN JUDUL

Skripsi ini berjudul "OPINI PEMBACA TERHADAP RUBRIK-RUBRIK KEAGAMAAN DALAM MAJALAH RINDANG". Adapun penjelasannya sebagai berikut :

1. Opini adalah "pandangan yang diungkapkan berdasarkan atas keyakinan, kepercayaan atau pertimbangan lain mengenai suatu persoalan yang dihadapi." ¹⁾

adapun yang dimaksud dalam judul tersebut yaitu pandangan atau sikap yang dinyatakan dengan jawaban-jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang berkenaan dengan rubrik-rubrik keagamaan dalam majalah Rindang yang telah dibaca, kemudian jawaban tersebut disimpulkan sebagai pendapat atau opini.

2. Pembaca artinya "orang yang membaca". ²⁾

Dalam hal ini pembaca majalah Rindang yakni para karyawan dan karyawan Departemen Agama di Kecamatan Jaten, Kabupaten Karanganyar, Propinsi Jawa Tengah.

¹⁾ Pariata Wastra. Ensiklopedia Administrasi, (Jakarta PT. Gunung, 1972), hal.231.

²⁾ W.J.S. Purwadarminta. Kamus Bahasa Indonesia, (Jakarta : Balai Pustaka), hal.71.

3. Rubrik-rubrik keagamaan

- a. Rubrik yaitu "kepala karangan atau ruangan dalam koran atau majalah. " 3)
- b. Keagamaan yaitu "sifat-sifat yang terdapat dalam agama atau segala sesuatu mengenai agama." 4)

Maksudnya adalah karangan dalam majalah Rindang mengenai agama Islam, dalam hal ini menyangkut rubrik tafsir al-qur'an , agama, materi khutbah, dakwah, soal jawab agama Islam dan mutiara hikmah (kata mutiara).

4. Majalah Rindang

Majalah Rindang artinya "terbitan berkala yang isinya meliputi berbagai liputan jurnalistik, pandangan tentang topik aktual yang patut diketahui oleh konsumsi pembaca." 5) Adapun arti majalah Rindang adalah sebuah nama sebuah terbitan berkala yang diterbitkan tiap bulan oleh Yayasan Kesejahteraan Karyawan Departemen Agama Propinsi Jawa Tengah Kesimpulan judul tersebut adalah pendapat pembaca

STATE ISLAMIC UNIVERSITY khususnya
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

3) Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta : Balai Pustaka, Cetakan I, 1988), hal.756.

4) WJS. Poerwadarminta, op.cit., 19.

5) Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, op.cit., 545.

khususnya pegawai Departemen Agama di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar Propinsi Jawa Tengah, berkenaan dengan rubrik-rubrik keagamaan yang telah dibaca yaitu tafsir al-Qur'an, agama, dakwah, materi khutbah, soal jawab agama Islam dan mutiara hikmah atau kata-kata mutiara, yang terdapat di dalam majalah Rindang edisi bulan Januari 1989 sampai dengan Juni 1989 yang diterbitkan oleh Yayasan Kesejahteraan Karyawan Departemen Agama Propinsi Jawa Tengah.

B. LATAR BELAKANG MASALAH

Majalah Rindang sebagai salah satu media dakwah memiliki potensi sangat besar bila diukur dari jumlah pembaca dan oplah. Menurut laporan terakhir dari penerbit pada pertemuan antar redaksi majalah/buletin Departemen Agama se-Jawa dilaporkan bahwa majalah Rindang beroplah 37.000 eksemplar setiap bulan.

Dalam sebuah komunikasi akan banyak mengalami hambatan disebabkan oleh sedikitnya mengetahui karakteristik pembaca (obyek), seperti halnya majalah Rindang juga akan mengalami banyak hambatan karena tidak mengetahui sifat dan kebutuhan pembaca. Oleh karena itu perlunya mengetahui apa yang disukai pembaca, apa yang dibutuhkan dan apa yang tidak disukai pembaca, maka akan lebih efektif dalam berkomunikasi.

Salah satu kelemahan media cetak terletak pada hubungan satu arah saja, sehingga mempersulit untuk mengetahui dan mengukur pengaruh (efek) dan tanggapan dari pembaca.

Usaha untuk mendapatkan tanggapan dari pembaca adalah melalui penyebaran angket kepada publik dalam arti khusus ialah pembaca majalah Rindang. Cara tersebut dapat memungkinkan sebagai usaha evaluasi pembaca kepada redaksi, yang dapat berupa tanggapan, usulan, dan kritikan terhadap penyajiannya. Atas dasar penilaian pembaca itulah maka redaksi perlu mempertimbangkan bentuk penyajian selanjutnya yang diselaraskan dengan kebijaksanaan dan misi majalah tersebut. Hal itu sangat berguna untuk menjamin agar tetap terselenggara komunikasi yang harmonis antara redaksi disatu pihak dengan pembaca di lain pihak, sehingga komunikasi tersebut akan berjalan lancar serta mendapat tanggapan yang positif baik efek kognitif, afektif dan bahavioral pada pembacanya.

C. PERUMUSAN MASALAH

Setelah terungkap diantara persoalan diatas maka, yang menarik untuk diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pendapat/opini pembaca terhadap rubrik
rubrik

rubrik keagamaan yang terdapat dalam majalah Rindang edisi bulan Januari 1989 sampai dengan Juni 1989 ?.

2. Apakah faktor-faktor yang menghambat Karyawan kurangnya berminat membaca rubrik keagamaan Maj. Rindang ?

D. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui bagaimana opini pembaca (karyawan Departemen Agama di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar Propinsi Jawa Tengah) terhadap rubrik-rubrik keagamaan majalah Rindang.
2. Untuk mengetahui/memperoleh data-data di lapangan tentang rubrik-rubrik yang disukai pembaca atau yang dibutuhkan oleh pembaca.

E. KEGUNAAN PENELITIAN

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan atau menyumbangkan pemikiran sebagai bahan pertimbangan bagi :

1. Pengelola dan redaksi majalah Rindang khususnya dan media cetak untuk dakwah pada umumnya.
2. Para da'i ataupun penulis-penulis keagamaan di media cetak.
3. Para peneliti dakwah dan komunikasi massa pada masa yang akan datang.

F. LANDASAN TEORI

1. Tinjauan Umum tentang proses komunikasi

a. Konsep

a. Konsep proses komunikasi

1) Sejak peradaban manusia pertama di bumi telah ada proses komunikasi antar sesamanya dengan menggunakan lambang-lambang yang telah disepakati atau telah saling dipahami maknanya.

Manusia sebagai makhluk sosial akan selalu komunikasi dengan lingkungannya, karena setiap individu ingin memenuhi kebutuhannya dengan cara melalui hubungan sosial. Konsep komunikasi dalam proses adalah "sebagai suatu gejala yang menunjukkan perubahan yang terus menerus atau suatu tindakan atau perilaku yang sedang berlangsung."⁶⁾

2) dalam suatu proses komunikasi digunakan lambang-lambang yang disebarkan atau disalurkan melalui media, sebagai contoh pengoperan lambang melalui majalah Rindang. Media saluran komunikasi yang kita kenal antara lain radio, televisi, film, buku, casset. "Syarat utama bahwa komunikasi difahami adalah bahwa lambang lambang diberi arti yang sama oleh pemakai lambang(komunikator) dan komunikan."⁷⁾

⁶⁾ Drs. Abdillah Hanafi, Memahami Komunikasi Antar Manusia, (Surabaya : Penerbit Usaha Nasional). hal.75.

⁷⁾ Phil. AStrid S. Susanto, Komunikasi dalam teori dan Praktek, Jilid I, (Bandung: Binacipta, 1974), hal.33.

- 3) Setiap komunikasi selalu mengandung lima unsur atau komponen yaitu "sumber (source), komunikator (encoder), pesan (message), komunikasi atau decoder dan tujuan (destination)." ⁸⁾

b. Arus Komunikasi dalam proses komunikasi

- 1) Lima buah unsur sebagaimana yang tersebut diatas jika digambar secara sederhana arus komunikasinya sebagai berikut :



- 2) Arus Komunikasi apabila dilihat dari segi berita melalui media elektronika atau media cetak maka gambarnya menjadi sebagai berikut :

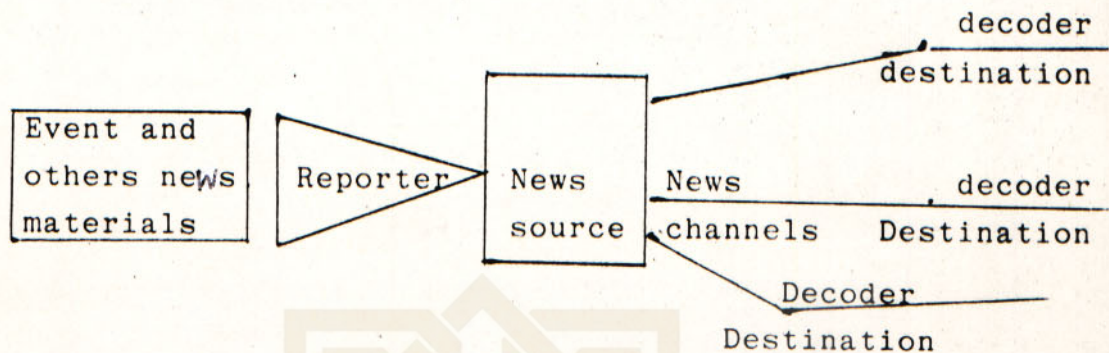
Gambar

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

⁸⁾ Ibid.

⁹⁾ Ibid.

Gambar arus komunikasi berita pada media electro
nika dan media cetak 10)



2. Tinjauan umum tentang opini publik

a. Pengertian opini

Opini artinya sebagaimana dalam penjelasan judul bahwa opini merupakan suatu bentuk response atau reaksi yang timbul akibat adanya stimulus sebagai rangkaian dalam proses komunikasi. Dalam hal ini dapat pula diwujudkan dalam bentuk sikap yang diungkapkan melalui jawaban pengisian angket yang disebarkan kepada responden. Menurut Teguh Mainanda opini publik dapat disimpulkan antara

lain :

- 1) Opini publik berakar pada opini pribadi, demikian pula opini kelompok dapat berkembang menjadi opini publik. Opini publik akan selalu mencari penyelesaiannya sebagai pelepas kekecewaan, kejengkelan dan kebencian terhadap hal-hal yang dianggap merugikan pribadi.

10)

Ibid, hal. 34.

- 2) Opini publik baru akan menjadi opini publik apabila pendapat itu dinyatakan baik secara lisan maupun tulisan atau segala tanda dalam pikiran manusia mengenai hal-hal yang bersifat kontroversial yang berkembang dalam diskusi sosial.
- 3) Opini publik bukanlah mayoritas yang didasarkan atas perhitungan, karena opini publik adalah perpaduan dari personal opinion yang terdapat dalam discusion dalam wadah interaksi sosial.
- 4) Opini publik dapat dibentuk meskipun ada yang berkembang secara dinamis dan statis menurut kehendaknya sendiri.
 - Opini publik yang statis diwujudkan dalam bentuk norma-norma, adat-istiadat, yang bersifat irasional serta berhubungan erat dengan kebiasaan yang tiak berubah.
 - Opini publik yang dinamis sifatnya lebih rasional yang terbentuk lebih banyak seni persuasif berupa publicity dan propaganda.¹¹⁾

b. Fungsi dan kekuatan opini publik

Banyak yang dapat kita petik manfaatnya dari penampungan opini publik untuk kepentingan organisasi, lembaga, perseorangan, perusahaan dan pemerintah. Oleh karena itu untuk menjaga agar tetap harmonis dalam berhubungan dengan publik maka perlunya mempertimbangkan aspek-aspek dari pendapat umum. Karena pentingnya opini publik bagi kegiatan dan tugas publik relations maka pelayanan dan penampungan perlu diperhatikan. Adapun fungsi kekuatan opini publik sebagai berikut :

¹¹⁾ Teguh Mainanda, Pengantar Publik Relations dalam Management, (Bandung : Penerbit Armico, 1962) , hal. 33-34.

- 1) Opini publik dapat memperkuat Undang-Undang atau peraturan-peraturan sebab tanpa dukungan dari opini publik Undang-Undang atau peraturan itu tidak akan berjalan .
- 2) Opini publik merupakan pendukung moril dalam masyarakat.
- 3) Opini publik merupakan pendukung eksistensi lembaga-lembaga sosial. 12).

Fungsi opini pembaca majalah Rindang berguna untuk mencari bahan masukan dari pembaca sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan bentuk penyajian Majalah Rindang pada waktu penerbitan selanjutnya. Selain itu opini membaca Majalah Rindang dapat pula dipakai sebagai bahan pertimbangan Kantor Departemen Agama Propinsi Jawa Tengah dalam menentukan pola hubungan ke dalam (fungsi Public Relations intern), yaitu antara karyawan disatu pihak dengan pimpinan lembaga yang membawanya.

c. Macam-macam Penelitian massa yang perlu diungkap

Sehubungan dengan penelitian opini pembaca maka hal-hal yang perlu diketahui dari pembaca antara lain :

- 1). Apakah pembaca telah memahami penyajian selama ini.
- 2). Apakah pembaca mampu/dapat membaca keseluruhan atau hanya sebagian kecil saja dan bahkan tidak dibaca, apakah alasannya.

¹²⁾ Ibid, hal. 34.

- 3) Apakah pembaca meyakini manfaat ini massage atau membutuhkannya.

Selain tersebut, peneliti massa perlu menghindari reaksi antara redaksi dengan pembaca atas penyajiannya. Oleh karenanya perlu diperhatikan :

- 1) Luas atau jumlah massa baik dilihat dari segi geografi maupun segi demografi.
- 2) Komposisi pembaca dilihat dari segi profesi hariannya.
- 3) Mengetahui sikap dan tindakan pembaca dalam menerima atau menanggapi penyajian sebelumnya.¹³⁾

Sikap yang dinyatakan dalam jawaban-jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang berkenaan dengan majalah Rindang kemudian disimpulkan sebagai opini pembaca, baik sikap positif maupun sikap negatif.

d. Alat-alat untuk membentuk pendapat umum

Faktor yang terpenting dalam membentuk atau menggali opini publik adalah alat yang digunakan. Adapun alat-alat yang biasanya digunakan untuk membentuk atau menggali opini publik antara lain :

- 1) Harian-harian (koran).
- 2) Radio.
- 3) Majalah-majalah, papan-papan advertensi, pidato, panplet-panplet.
- 4) Film.

Atau

¹³⁾ Phil Astrid S. Susanto, Op. Cit., hal.159-160.

Atau badan-badan yang berpengaruh dalam memben -
tuk pendapat umum ialah

- 1) Keluarga
- 2) Sekolah-sekolahan
- 3) Agama
- 4) Partai-partai. ¹⁴⁾

e. Lembaga-lembaga yang memanfaatkan opini publik

Sebuah lembaga yang ingin tetap menjaga hubungan yang harmonis dengan publik maka dibutuhkan pendekatan untuk menampung keluhan, atau mendengarkan dan mengamati keadaan masyarakat. Hal tersebut untuk menjaga agar tidak terjadi kerenggangan atau bahkan penolakan oleh publik terhadap suatu lembaga. Diantara badan-badan, lembaga, organisasi perusahaan dan pemerintahan yang paling banyak terpengaruh atau dipengaruhi atas pendapat umum ialah :

- 1) Dewan Perwakilan Rakyat
- 2) Pemerintah (pusat dan daerah)
- 3) Pengadilan
- 4) Aktifitas-aktifitas sosial
- 5) Perusahaan-perusahaan perekonomian
- 6) Usaha perdamaian dan perang. ¹⁵⁾

Departemen Agama pada umumnya dan majalah Rindang pada khususnya perlu memanfaatkan opini pembaca. Pemanfaatan opini pembaca akan bermanfaat untuk mengetahui posisi lembaganya dengan segala kemampuannya dan kelemahannya, serta untuk menghindarkan efek-efek negatif dari pembaca.

¹⁴⁾ SK. Bonar, Hubungan Masyarakat/Public Relations Modern, (Jakarta : Penerbit PT, Soeroengan), hal. 30-31

¹⁵⁾ Ibid, hal 31.

f. Pembagian publik dalam arti pembaca yang beropini

Macamnya pembaca yang beropini apabila dilihat dari segi pro dan antinya maka dapat dibagi menjadi tiga macam :

- 1) Publik yang pro, artinya pendapatnya selalu sangat setuju, sangat suka, dan sejalan dengan pemikiran dan penyajian redaksi.
- 2) Publik yang anti, artinya pembaca yang lebih banyak menolaknya terhadap semua yang datang dari redaksi baik berupa tulisan (bentuknya), pendapat, bahasa, dan pemikiran redaksi.
- 3) Publik yang ragu-ragu, artinya pembaca yang meragukan kemampuan redaksi, karena dirasa banyak kekurangannya maka kurang berminat membaca. ¹⁶⁾

3. Tinjauan umum tentang majalah

a. Macam-macam media massa

Ada beberapa diantara media massa yang memiliki kelebihan dan kekurangan baik dari segi ekonomi ketepatan jangkauan objek maupun kemudahan dalam penyediaan serta perawatannya. Adapun macam media komunikasi massa ialah :

¹⁶⁾ Phil Astrid S. Susanto, Op. Cit., hal. 141.

- 1) Pers
- 2) Radio
- 3) Film
- 4) Televisi. ¹⁷⁾

Majalah Rindang sebagai salah satu media massa (pers, media cetak) yang mana majalah merupakan terbitan berkala yang meliputi berbagai liputan jurnalistik dengan topik yang aktual seperti berita, artikel , sastra, olah raga, ilmu dan teknologi. Menurut pengkhususannya majalah dibedakan atas "majalah berita , wanita, remaja, olahraga, sastra, iptek tertentu dan sebagainya."¹⁸⁾ Majalah Rindang dapat juga dikategorikan sebagai majalah khusus, karena ia bersifat intern dan keagamaan. Ciri majalah keagamaan adalah "terbitan yang berisi khusus mengenai masalah agama, pendidikan, keluarga dan sebagainya."¹⁹⁾ Kekhususan majalah ini yaitu tidak dijual kepada masyarakat umum, tetapi hanya untuk karyawan Kantor Wilayah Departemen Agama Propinsi Jawa Tengah, dalam rangka membina komunikasi dengan karyawan-karyawannya.

b. Fungsi pers dan tujuan komunikasi

Majalah Rindang merupakan salah satu media cetak yang memiliki fungsi sebagai media dakwah, persatuan, kesatuan dan persatuan. Fungsi pers secara

umum

¹⁷⁾ Onong Uchjana Effendi. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, (Bandung : CV. Remaja Karya, 1986), hal.9.

¹⁸⁾ Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, loc. cit.

¹⁹⁾ Ibid.

umum ada empat macam yaitu :

- 1) Menyiarkan informasi (to inform)
- 2) Mendidik (to educate)
- 3) Menghibur (to entertain)
- 4) Mempengaruhi (to influence)²⁰⁾

Selain itu terdapat pendapat yang menyatakan publisistik atau pers mengenal gradasi intensitas dalam melaksanakan fungsinya, berturut-turut sebagai berikut :

- Pemberitahuan (indication);
- Penerangan (information);
- Pembujukan (persuasion);
- Propaganda;
- Agitasi;
- Indoktrinasi.²¹⁾

Dalam menjalankan fungsinya pada proses dakwah pers berperan sebagai media dakwah atau alat bantu guna mencapai tujuan. Maka dalam hal ini media dakwah mempunyai peranan dan kedudukan yang penting sebagai komponen dakwah, seperti komponen-komponen yang lain, misalnya alat peraga pada proses belajar mengajar.²²⁾

²⁰⁾ Onong Uchjana Effendi, op. cit., hal. 192-194.

²¹⁾ Nazaruddin, Publisistik dan Dakwah (persamaan dan Perbedaannya), (Jakarta : Erlangga, 1974), hal. 206.

²²⁾ Asmuni Syukir, Dasar-Dasar Strategi Dakwah, (Surabaya : Penerbit Al-Ihlas, 1983), hal. 163-164.

Sejalan dengan fungsi majalah Rindang yakni sebagai majalah Dakwah, maka apa yang disampaikan berisi pernyataan dari al-qur'an dan al-hadist yang mengajak manusia ke jalan Tuhan (Islam). Adapun pelaksanaan dakwah dengan bijaksana dalam arti cara-cara yang tidak menimbulkan huru-hara, manipulasi, paksaan, sebagainya, akan tetapi hendaklah dengan cara-cara yang masuk akal. 24)

Majalah Rindang juga berfungsi sebagai media persatuan dan kesatuan karyawan dalam arti bahwa, majalah tersebut menjalankan fungsinya sebagai media komunikasi internal. Tujuannya yaitu untuk menyatukan langkah, tindakan dan persepsi dalam menjalankan tugas pekerjaan dalam wadah kesatuan KORPRI di Kantor Wilayah Departemen Agama Jawa-Tengah. Maka didalam majalah Rindang terdapat rubrik pembinaan korps yang berfungsi untuk komunikasi internal, yaitu dapat berupa :

- 1) Komunikasi vertikal artinya komunikasi dari atas ke bawah atau dari bawah ke atas, sifat komunikasi ini formal. Seperti komunikasi Pimpinan.....

23) Nazaruddin, Op, cit., hal.215.

pinan kepada bawahannya atau komunikasi karyawan kepada atasannya.

- 2) Komunikasi horisontal yaitu komunikasi mendatar yang sifatnya tidak formal. Seperti komunikasi antara staf dengan anggota staf, karyawan dengan sesama karyawan dan sebagainya. 24)

Peranan majalah Rindang sebagai media pembangunan berarti majalah tersebut dipakai sebagai alat untuk merubah karyawan ke arah kemajuan dalam bentuk materi maupun non-materi. Sebagai syarat untuk memanfaatkan pers sebagai komunikasi pembangunan maka yang diperlukan adalah :

Motivasi penduduk (karyawan) harus diketahui untuk dimanfaatkan dan dikaitkan dengan idea pembangunan. Suatu motivasi tidak dapat diberi, ia hanya dapat dimanfaatkan, karena motivasi merupakan sebab mengapa seseorang menerima atau menolak sesuatu yang dianjurkan. Berdasarkan motivasinya maka ia akan menentukan sikapnya. Yang dimaksud dengan sikap atau attitude adalah predisposisi seseorang untuk menilai suatu lambang atau objek ataupun aspek hidupnya dalam nilai yang menguntungkan atau merugikan. 25)

Istilah pembangunan komunikasi yang baru adalah pembangunan diri (self development). Yang diartikan sebagai :

24) Onong Uchjana Effendi, op. cit., hal 156 -158.

25) Phil Astrid S. Susanto, Filsafat Komunikasi, (Bandung: Penerbit Binacipta, 1976), hal. 139.

Keputusan-keputusan tentang pembangunan yang diperlukan dibuat oleh pemerintah nasional di ibu kota negara kemudian pelaksanaannya melalui program-program pembangunan yang dijalankan oleh pegawai-pegawai pemerintah yang berhubungan dengan masyarakat (pada tingkat operasional) guna memberi tahu dan mengajak mereka untuk mengubah beberapa aspek tingkah laku mereka. 26)

Setelah melihat atau memahami beberapa tugas majalah Rindang yang begitu berat karena mengemban misi dakwah, persatuan dan kesatuan dan pembangunan. Maka sesungguhnya tugas yang terberat bagi redaksi adalah menyajikan bacaan yang sesuai dengan misinya tetapi mudah dipahami dan dilaksanakan oleh pembacanya.

Ciri yang cukup menonjol majalah Rindang adalah sebagai media dakwah, karena memuat yang isinya tentang Islam seperti, tafsir, hadist, materi khutbah bulanan dan rubrik dakwah. Sebagai majalah atau media massa yang berciri Islam maka memiliki kewajiban :

- 1) Mengungkapkan dan mengajukan protes terhadap penindasan, ketidakadilan dan kedhaliman, tanpa melihat siapa yang bersalah melakukan tindakan-tindakan semacam itu.
- 2) Menghormati kebebasan pribadi individu dan tidak ikut campur dalam masalah-masalah pribadi mereka.
- 3) Menghindari dari perbuatan penyebaran fitnah dan kabar burung.

26) Editor Everett M. Rogers, Komunikasi dan pembangunan Perspektif Kritis, (Jakarta : Penerbit LP3ES, 1985) hal.170.

- 4) Mengungkapkan kebenaran dan secara cermat menghindarkan dari penyebaran kekeliruan atau mencampur kebenaran dengan kekeliruan atau sengaja menyembunyikan kebenaran atau mengubahnya.
- 5) Menggunakan bahasa yang halus dan baik.
- 6) Mendorong tindakan yang benar dan nilai-nilai etika dalam masyarakat.
- 7) Menghindarkan jauh dari penyebaran hal-hal yang tidak senonoh, cabul dan amoral.
- 8) Tidak memaafkan dan menyanjung kejahatan atau tindakan yang bertentangan dengan Islam.
- 9) Menghindar dari menyembunyikan bukti kecuali jika hal itu akan membahayakan kepentingan masyarakat.
- 10). Tidak menjadi sarana korupsi apapun.²⁷⁾

Apabila media massa dan penerbitan memperhatikan konstusi Islam dari Dewan Islam pasal 81 di atas, maka sudah cukup banyak misi dakwah yang disampaikan kepada pembaca.

c. Seleksi dan penggunaan media

Pada suatu proses komunikasi terutama pada penggunaan media komunikasi massa banyak yang menjadi pilihan diantara media cetak atau media elektronik oleh massa. Majalah Rindang sebagai salah satu media cetak yang meliputi berbagai informasi. Dalam hal ini pembaca sebagai konsumen akan selektif terhadap informasi yang berhubungan dengan isi, keistimewaan dan efek yang diperoleh - nya.

²⁷⁾ Ziauddin Sardar, Masa Depan Islam, (Bandung : Pustaka, 1987), hal. 371 -372.

Unsur-unsur yang terlibat dalam seleksi penggunaan media erat kaitannya pada hal-hal :

1. Yang berhubungan dengan isi dan pikiran yang disampaikan.
2. Yang berhubungan dengan objek yang menjadi sasaran pemindahan dan penyajian isi pikiran dan perasaan itu.
3. Yang berhubungan dengan alat-alat istimewa yang digunakan dalam pemindahan isi pikiran dan perasaan itu.
4. Yang berhubungan dengan efek yang diperoleh.

..... Faktor lainnya yang dapat menyebabkan berhasilnya pesan-pesan yang disampaikan terletak apada cara presentation, cara penyajian yang selalu menarik dengan lambang-lambang berupa verbal-symbol's yang dipilihnya dalam penyajian atau pemindahan isi pikiran dan perasaan harus betul-betul mengenai sasaran. 28)

Banyak majalah yang beredar di masyarakat dengan berbagai macam isi dan bentuk seperti majalah berita, wanita, agama, ilmiah, umum dan khusus. Tiap-tiap majalah atau koran sebelum dicetak bahan informasi yang berasal dari wartawan diolah dan diseleksi oleh dewan redaksi. Hal itu dilakukan untuk memilih bahan yang paling baik untuk dikonsumsi pembaca dan disesuaikan dengan misi majalah atau koran itu sendiri.

H. METODE PENELITIAN

1. Populasi

²⁸⁾ Ton Kertopati, Dasar-dasar Publistik, (Jakarta : Penerbit Bina Aksara, 1981), hal. 206 - 208.

Populasi juga disebut universe artinya "keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga." ²⁹⁾ Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Karyawan Departemen Agama di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar Propinsi Jawa Tengah.

Jumlah populasi pada akhir bulan Agustus 1989 55 orang yang terdiri atas 46 guru, 2 penilik pendidikan agama Islam dan 1 orang staffnya, 1 orang petugas pencatat nikah dan 4 orang stafnya serta 1 orang petugas penyuluh agama Islam. Adapun subjek penelitian ini berciri-ciri sebagai berikut :

- a. Masih aktif menjadi pegawai Departemen Agama di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar Propinsi Jawa Tengah.
- b. Meliputi jenis wanita dan pria.
- c. Berlangganan dan pernah membaca rubrik-rubrik keagamaan majalah Rindang antara bulan Januari 1989 sampai dengan bulan Juni 1989.

2. Pengumpulan data

Menurut SK. Bonar tehnik untuk mengetahui dan mengumpulkan data opini publik biasanya menggunakan :

- a. Memungut suara rakyat melalui kotak suara.
- b. Wawancara secara tertulis atau lesan (sensus).
- c. Penyebaran angket kepada publik. ³⁰⁾

²⁹⁾ Masri Singarimbun dan Sofian Effendi (ed), Metode Penelitian Survei, (Jakarta : Penerbit LP3ES, 1984), h. 108.

³⁰⁾ SK. Bonar, loc. cit.

Pengumpulan data dibagi dalam dua kelompok yaitu data utama dan data pendukung, yang meliputi :

- a. Data utama dikumpulkan melalui hasil pengisian angket oleh subyek (karyawan Departemen Agama), metode ini juga disebut metode angket atau metode kuisioner.
- b. Data pendukung dikumpulkan melalui :

- 1) Interview

Fungsi interview pada dasarnya dapat digolongkan ke dalam tiga besar yaitu "sebagai metode primer, sebagai metode pelengkap dan sebagai kriterium." ³¹⁾

sebagaimana tersebut diatas bahwa interview dipakai untuk mencari informasi atau data yang tidak dapat dikumpulkan dengan cara atau dengan alat yang lain.

- 2) Dokumentasi

Metode ini menurut Winarno Surakhman merupakan salah satu cara penelitian untuk menguraikan dan menjelaskan apa-apa yang telah berlalu melalui sumber-sumber dokumentasi. ³²⁾

³¹⁾ Sutrisno Hadi, Metodologi Research, (Yogyakarta : Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM, 1984), Jilid II halaman 193.

³²⁾ Winarno Surakhman, Pengantar Penelitian Ilmiah, (Jakarta : Tarsito, 1985), halaman. 132.

3. Analisa data

Analisa data yang dimaksud adalah penganalisaan data yang diperoleh dari lapangan, mula-mula dilakukan editing yaitu menarik dan memeriksa jawaban-jawaban yang diberikan responden melalui kuisi-ner atau angket. Data tersebut kemudian diklasifikasi-kan ditabulasikan untuk dihitung dalam prosen-tase dan diinterpretasikan sebagai hasil kesimpulan.

4. Definisi operasional variabel-variabel

Definisi operasional pada penyajian isi majalah Rindang diukur pada bidang :

- a. Kelengkapan atau bobot isi majalah Rindang pada rubrik-rubrik keagamaan terdapat pada penggunaan, pengutipan dan penafsiran dalil-dalil atau alasan yang berdasarkan Qur'an, Hadist, Ijma' dan Qiyas.
- b. Kejelasan majalah Rindang diukur dengan jelasnya obyek dan bahasanya yang mudah dipahami.
- c. Kesesuaian kebutuhan pembaca atau faham yang pembaca anut erat kaitannya dengan manfaat yang diperoleh dari materi yang disajikan.

Kelengkapan, kejelasan dan kesesuaian kebutuhan diklasifikasikan dalam empat jenjang Yaitu :

1) Baik sekali berarti responden penuh memuji.

2) Cukup baik

- 2) Cukup baik , berarti responden agak cukup atau sederhana.
- 3) Kurang baik, berarti responden menganggap ada kelemahan atau kekurangannya.
- 4) Tidak baik, berarti responden menganggap terlalu banyak kelemahan dan kekurangannya semua penyaji an.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

B A B IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dengan berakhirnya pembahasan tadi, maka dapat di kemukakan beberapa kesimpulan :

1. Pendapat pembaca terhadap rubrik-rubrik keagamaan :
 - a. Tanggapan pembaca terhadap isi rubrik keagamaan yang cenderung positif mencapai 24 % menyatakan penuh pujian karena bobot, kelengkapan dan dalil dalilnya yang menyakinkan. Sedangkan 71 % pembaca menyatakan isinya cukup sederhana baik dari segi kelengkapan , bobot maupun dalilnya. Dan 5% pembaca menanggapinya cenderung negatif, sebab kurang berbobot atau bahkan banyak kelemahannya.
 - b. Cara penyajian dan bahasa yang digunakan dalam rubrik keagamaan majalah Rindang menurut para pembaca sudah cukup baik, sebab mayoritas pembaca atau responden tidak banyak mengalami kesulitan dalam memahami bahasa dan cara penyajiannya. Meskipun demikian masih terdapat 5% responden yang menyatakan tidak mampu memahami bahasanya dan cara penyajiannya.
 - c. Masing-masing pembaca memiliki selera dan kepentingan yang berbeda dalam membaca majalah Rindang

dang namun demikian kebutuhan pembaca terhadap rubrik keagamaan sangat besar, hal tersebut dinyatakan oleh 87% responden dan didukung pula oleh pernyataan rata-rata 70% mengatakan selalu membaca dan menyukai rubrik keagamaan.

2. Faktor yang menjadi hambatan pembaca kurang berminat untuk membaca rubrik keagamaan yaitu :

a. Karena pengasuh atau penulisnya tidak tetap , maka dari segi mutu isi, penyajian dan bahasanya kurang baik, sehingga pembaca kurang berminat mencapai 15% . Sebagai contohnya rubrik dakwah.

b. Karena wanita tidak menjadi khotib Jum'at, maka sebagian besar wanita tidak berminat membacanya, kecuali yang ingin tahu isinya.

B. SARAN-SARAN

1. Mengingat pengaruh isi pesan pers terhadap pembentukan pendapat umum, pengetahuan, ketrampilan, sikap dan tingkah laku masyarakat cukup besar, maka perlu dipersiapkan dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu perlu tenaga-tenaga profesional yang berbekal ketrampilan , keahlian dan ilmu pengetahuan terutama para wartawan, redaksi dan penerbit majalah Rindang.

2. Kepada Dewan Redaksi , perlu mempertimbangkan kembali rubrik-rubrik yang telah dimuat, karena berdasarkan penelitian ini terdapat beberapa rubrik yang

yang kurang diminati dan jarang dibaca, misalnya rubrik sajak, cerita seri bergambar dan budaya. Oleh karena sedikit peminatnya maka perlu dikurangi atau dihapus, kemudian diganti dengan rubrik yang kemungkinan berpotensi dan lebih efektif. Misalnya membuat rubrik yang membahas masalah ibadah.

3. Kepada para da'i, dosen, mahasiswa dan kyai sebaiknya juga memanfaatkan koran dan majalah sebagai media dakwah yang dapat dibaca oleh masyarakat secara umum.

C. PENUTUP

Alhamdulillah penyusunan skripsi ini telah selesai mudah-mudahan dapat diambil manfaatnya oleh para dai, penulis keagamaan media cetak, pengelola dan redaksi majalah Rindang khususnya dan para peneliti bidang dakwah umumnya. Semoga tulisan ini memperoleh ridlo dari Allah, kemudian karena penyusun masih terdapat banyak kelemahan maka kami mohon untuk diberi saran-saran yang dapat menyempurnakan tulisan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Rosyad Shaleh, Drs., Management Dakwah Islam, Jakarta : Penerbit Bulan Bintang , 1977.
- Abdullah Hanafi, Drs., Memahami Komunikasi Antar Manusia, Surabaya : Penerbit Usaha Nasional.
- Asmuni Syukir, Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam, Surabaya Penerbit Al-Ihlas- Surabaya.
- Al-Qur'an dan Terjemahannya, Jakarta : Proyek Pengadaan Kitab Al-Qur'an Departemen Agama R.I., Tahun 1983/1984.
- Dja'far H. Assegaff, Drs., Hubungan Masyarakat Dalam Praktek, Jakarta : Ghalia Indonesia, 1982.
- Jalaluddin Rakhmat, Drs., Msc., Psikologi Komunikasi, Bandung : CV. Remaja Karya, 1985.
- M.Natsir, Fighud Dakwah, Solo : CV. Ramadhani, 1986.
- Masri Singarimbun dan Sofian Effendi (ed), Metodologi Penelitian, Jakarta : Penerbit LP3ES, 1984.
- Nazaruddin, Drs., SH., Publistik dan dakwah (perbedaan dan Persamaannya), Jakarta : Penerbit Erlangga, 1974.
- Onong Uchjana Effendi, Drs., MA., Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, Bandung : Penerbit CV. Remaja Karya, 1986.
- Pariata Warsa, Drs., SH., (ed), Ensiklopedi Administrasi, Jakarta : Penerbit PT. Gunung Agung , 1972.
- Phil Astrid S. Susanto, Dr., Komunikasi dalam teori dan Praktek Jilid I dan II, Bandung : Binacipta, 1974.
- Rogers, Everett, M.et.al. (ed), Komunikasi dan Pembangunan, Terjemahan Dusmar Nurdin, Jakarta : LP3ES, 1985.
- Sutrisna Hadi, Prof., Dr., MA., Metodologi Research Jilid II, Yogyakarta : Fakultas Psikologi UGM, 1984.
- SK. Bonar, Hubungan Masyarakat (Public Relations Modern) , Jakarta : Penerbit PT. Soeroengan, Cetakan ke II.

Laporan Utama, Majalah DEPAG, Rindang, No 3 Tahun ke-XV, Oktober 1989.

Teguh Mainanda, Pengantar Pengantar Public Rēlations Dalam Management, Bandung : Penerbit Arimco, 1982.

Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Penerbit Balai Pustaka, Cetakan Pertama 1988.

Ton Kertopati, Dasar-dasar Publistik, Jakarta :Penerbit Bina Aksara, 1981.

Winarno Surakhman , Prof., Dr. Msc., Ed., Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar Metode Teknik, Jakarta : Tarsito, Tahun 1985.

WJS., Poerwadarminto, Kamus Bahasa Indonesia, Jakarta : Penerbit Balai Pustaka, 1985.

Ziauddin Sardar, Masa Depan Islam, Terjemahan Rahmani Astuti, Bandung : Pustaka, 1987.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA