

PERSEPSI PEMBACA TERHADAP TABLOID JUM'AT SEBAGAI MEDIA DAKWAH DI YOGYAKARTA



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah
Institut IAIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Untuk memenuhi sebagian dari syarat
guna memperoleh gelar Sarjana Agama
Dalam Ilmu Dakwah

Oleh :

Inggit Sulistia
91211240

1998

Dra. Hj. Siswati Dardiri
Drs. A. Machfud Fauzie
Dosen Fakultas Dakwah
IAIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

NOTA DINAS

Lampiran : -

H a l : SKRIPSI
Saudari Inggit Sulistia

Kepada Yang Terhormat :
Dekan Fakultas Dakwah
IAIN Sunan Kalijaga
YOGYAKARTA

Assalamu'alikum Wr. Wb.

Setelah kami membaca, meneliti dan mengoreksi serta diperbaiki seperlunya terhadap Skripsi Saudari :

Nama : Inggit Sulistia
Nim : 91211240
Judul : PERSEPSI PEMBACA TERHADAP TABLOID JUM'AT SEBA-
GAI MEDIA DAKWAH DI YOGYAKARTA

Kami selaku Pembimbing bahwa Skripsi Saudari tersebut di atas sudah memenuhi syarat untuk diajukan dalam Sidang Munaqasah Fakultas Dakwah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

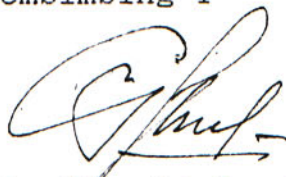
Akhirnya kami banyak menyampaikan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta,

Desember 1997

Pembimbing I



Dra. Hj. Siswati Dardiri

NIP : 150 037 920

Pembimbing II



Drs. A. Machfud Fauzie

NIP : 150 189 560

PERPUSTAKAAN
IAIN SUNAN KALIJAGA

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

PERSEPSI PEMBACA TERHADAP TABLOID JUM'AT SEBAGAI MEDIA DAKWAH DI YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh :

INGGIT SULISTIA

NIM : 91211240

telah di munaqosyahkan di depan sidang munaqosyah
pada tanggal 14 Januari 1998
dan telah memenuhi syarat untuk diterima
Sidang Dewan Munaqosyah :

Ketua Sidang,



DR. Faisal Ismail, MA
NIP : 150 102 060

Sekretaris Sidang,



Drs. M. Husen Madhal
NIP : 150 179 408

PENGUJI I/PEMBIMBING



Dra. Hj. Siswanti Dardiri
NIP : 150 037 920

Penguji II



Drs. Afif Rifai, MS
NIP : 150 222 293

Penguji III



Drs. Moh. Abu Suhud
NIP : 150 241 646

Yogyakarta, 14 Januari 1998

IAIN SUNAN KALIJAGA

Fakultas Dakwah
Dekan



DR. Faisal Ismail, MA
NIP : 150 102 060

MOTTO

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ
بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ
هُمُ الْمُفْلِحُونَ (Al Imran: 104)

Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung. (Q.S. Ali Imran 104)*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

* Departemen Agama RI., Al Qur'an dan Terjemahannya, (Bandung : Gema Risalah Press, 1989), hal. 93.

PERSEMBAHAN

Aku persembahkan Skripsi ini kepada orang-orang yang selalu di hatiku :

- Bapak dan Ibu yang kuhormati dan kusayangi.
- Kakak-kakaku yang tersayang.
- Keponakanku terkasih :
Lutfi, Isah, Inun, Imah dan Dani.
- Sahabat-Sahabat tercinta.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَبِهِ نَسْتَعِينُ عَلَى أُمُورِ الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ. وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ. أَمَّا بَعْدُ

Segala puja dan puji hanya untuk Allah Swt, karena Rahmat dan Hidayah-Nya kita dapat menunaikan tugas yang menjadi amanah kita. Semoga amal-amal yang kita tunaikan selama ini mendapat ridho dari-Nya Amin.

Meskipun dengan segala keterbatasan yang ada, skripsi ini dapat diselesaikan. Penulis menyadari tidak banyak yang bisa dilakukan dalam penelitian ini tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan tulus dihaturkan banyak terima kasih serta diiringi do'a semoga mendapat balasan dari Allah SWT. kepada :

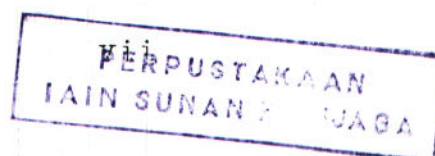
1. Dekan Fakultas Dakwah, Bapak Dr. Feisal Ismail.
2. Ibu Hj. Dra. Siswati Dardiri, selaku pembimbing utama.
3. Bapak Drs. A. Machfudz Fauzie selaku asisten pembimbing.
4. Bapak H. Moh. Nashir Maqsudi, Redaksi pelaksana Tabloid Jum'at.
5. Bapak H. Kholil SH dan Bapak Sukardi selaku agen dan penyalur Tabloid Jum'at.

Penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh dari sempurna, sehingga masukan yang diberikan akan dapat menjadi bahan peningkatan kualitas karya-karya berikutnya. Amin.

Yogyakarta, Desember 1997

Penulis

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
HALAMAN NOTA DINAS	ii
HALAMAN 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	4
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Kegunaan Penelitian	8
F. Kerangka Pemikiran Teoritik	8
1. Tinjauan Tentang Dakwah	8
2. Tinjauan Tentang Persepsi	14
3. Dakwah dan Media Pers	21
G. Metode Penelitian	27
1. Metode Pengumpulan Data	29
2. Metode Analisa Data	30
BAB II GAMBARAN UMUM	32
A. Kotamadya Daerah Tingkat II Yogyakarta	32
1. Letak Geografi	32
2. Demografi	33

3. Pendidikan	35
4. Perekonomian	36
5. Keagamaan	37
B. Gambaran Umum Tabloid Jum'at	39
1. Perkembangan Tabloid Jum'at	39
2. Tabloid Jum'at Sebagai Pers Islam dan Pembangunan	41
3. Garis Besar Isi Tabloid Jum'at	48
 BAB III PENYAJIAN DAN ANALISA DATA	52
A. Persepsi Pembaca Terhadap Rubrik-rubrik yang Membahas Islam secara Langsung dalam Tabloid Jum'at	53
B. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Pembaca terhadap Tabloid Jum'at sebagai Media Dakwah di Kotamadya Yogyakarta	62
1. Faktor Kebutuhan	63
2. Faktor Dorongan	65
3. Faktor Kebiasaan	69
 BAB IV PENUTUP	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran-saran	74
C. Kata Penutup	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Pembagian Wilayah Menurut Kecamatan Dan Luas (Km ²).....	33
2 : Kepadatan Pendidikan Tiap-tiap Km ² Menurut Kecamatan Di Kotamadya Yogyakarta Keadaan Pertengahan Tahun 1996.....	34
3 : Sex Ratio Penduduk Kotamadya Yogyakarta Per Kecamatan Keadaan Akhir Tahun 1996.....	35
4 : Banyaknya Sekolah Dan Perguruan Tinggi Di Kotamadya Yogyakarta Tahun 1966.....	35
5 : Produk Domestik Regional Bruto Kotamadya Yogyakarta Menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Harga Berlaku.....	37
6 : Banyaknya Penduduk Kotamadya Yogyakarta Menurut Agama Yang Dianut Akhir Tahun 1996....	37
7 : Fasilitas Peribadatan Menurut Jenisnya Di Kotamadya Yogyakarta Tahun 1996.....	38
8 : Persepsi Pembaca Terhadap Penggunaan Bahasa Dalam Rubrik Inti Khutbah.....	53
9 : Persepsi Pembaca Terhadap Isi Pesan Dalam Rubrik Inti Khutbah.....	54
10 : Persepsi Pembaca Terhadap Penggunaan Bahasa Dalam Rubrik Mutiara Hadits.....	55
11 : Persepsi Pembaca Terhadap Isi Pesan Dalam Rubrik Mutiara Hadits.....	55
12 : Persepsi Pembaca Terhadap Penggunaan Bahasa	

	Dalam Soal Jawab Agama.....	56
13 :	Persepsi Pembaca Terhadap Isi Pesan Dalam Rubrik Soal Jawab Agama.....	57
14 :	Persepsi Pembaca Terhadap Penggunaan Bahasa Dalam Mutiara Jum'at.....	57
15 :	Persepsi Pembaca Terhadap Isi Pesan Rubrik Para Nabi Allah.....	58
16 :	Persepsi Pembaca Terhadap Penggunaan Bahasa Dalam Mutiara Jum'at.....	59
17 :	Persepsi Pembaca Terhadap Isi Pesan Dalam Mutiara Jum'at.....	59
18 :	Persepsi Pembaca Terhadap Penggunaan Bahasa Dalam Kisah Untuk Anak.....	60
19 :	Persepsi Pembaca Terhadap Isi Pesan Dalam Kisah Untuk Anak.....	60
20 :	Persepsi Pembaca Terhadap Peran Rubrik-rubrik Agama Dalam Tabloid Jum'at.....	63
21 :	Pengaruh Yang Dirasakan Pembaca.....	64
22 :	Kebutuhan Informasi Keagamaan Dari Media Lain.....	64
23 :	Cara Membaca Tabloid Jum'at.....	65
24 :	Dorongan Membaca Tabloid Jum'at.....	66
25 :	Penyampaian Rubrik-rubrik Dalam Tabloid Jum'at.....	67
26 :	Perhatian Pembaca Tentang Ketajaman Ulasan Di Setiap Rubrik Tabloid Jum'at.....	68
27 :	Keaktifan Membaca Tabloid Jum'at.....	69

28 : Keaktifan Membaca Rubrik-rubrik Agama Dalam Rubrik Tabloid Jum'at.....	70
29 : Frekuensi Membaca Tabloid Jum'at.....	70
30 : Waktu Membaca Tabloid Jum'at.....	71



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PENDAHULUAN

A. PENEGASAN JUDUL.

Supaya tidak terjadi kesalahan dalam menafsirkan judul tersebut di atas, maka terlebih dahulu penulis berikan batasan terhadap istilah dan maksud yang terkandung di dalamnya, sebagai berikut :

1. Persepsi.

Ditinjau dari segi bahasa berarti "penglihatan atau tanggapan, daya memahami, menanggapi."¹⁾ Sedangkan definisi persepsi diantaranya adalah sebagai berikut :

Menurut Bimo Walgito persepsi adalah "stimulus yang diindra oleh individu kemudian diorganisaikan dan diinterpretasikan, sehingga ia menyadari dan mengerti tentang apa yang diindra itu."²⁾

Sedangkan menurut Onong Uchjana persepsi adalah "pengindraan terhadap suatu kesan yang timbul dalam lingkungan, pengindraan itu dipengaruhi oleh pengalaman, kebiasaan dan kebutuhan."³⁾

¹⁾Hassan Shadily dan John M. Echols, Kamus Inggris Indonesia, (Jakarta, PT. Gramedia, 1982), hal. 424.

²⁾Bimo Walgito, Pengantar Psikologi Umum, (Yogyakarta : Andi Offset, 1989), hal. 53.

³⁾Onong Uchjana, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 1994), hal. 102.

Dari beberapa definisi tersebut di atas, maka yang dimaksud dengan persepsi dalam judul penelitian ini adalah tanggapan seseorang yang berdasarkan pada pengetahuan dan pemahaman.

2. Pembaca.

Maksudnya adalah pembaca yang berlangganan Tabloid Jum'at yang terdaftar dalam daftar pelanggan antara tahun 1996 sampai tahun 1997 yang meliputi jenis kelamin pria dan wanita yang telah dewasa.

3. Tabloid Jum'at.

Tabloid adalah surat kabar dengan ukuran setengah dari surat kabar biasa dan dengan gaya jurnalistik yang khas, misalnya reportase photo khusus.⁴⁾ Tabloid yang dimaksud di sini adalah Tabloid Jum'at yang khusus mengacu kepada pengembangan nilai-nilai untuk menyebarkan dakwah Islam. Adapun waktu terbitnya secara periodik satu minggu sekali setiap hari Jum'at, yang terbit bulan Januari 1996 sampai bulan Desember 1996 atau edisi No. 205 tahun VI sampai No. 251 tahun VII. Sedang

⁴⁾Ja'far H. Assegaf, *Jurnalistik Masa Kini*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 1991), hal. 141.

rubrik-rubrik yang dimaksud adalah rubrik-rubrik agama, yaitu rubrik-rubrik yang membahas secara langsung tentang Islam, meliputi Inti Khutbah, Mutiara Hadits, Soal Jawab Agama, Para Nabi Allah, Kisah Untuk Anak dan Mutiara Jum'at.

4. Media Dakwah.

Adalah "alat obyektif yang menjadi saluran, menghubungkan ide dengan umat, suatu elemen yang vital dan merupakan urat nadi dalam totalitet dakwah."⁵⁾ Media ini bermacam-macam bentuknya, Hamzah Ya'kub mengelompokkan ke dalam lima golongan besar, yaitu :

1. Lisan, seperti : Pidato, khutbah, nasihat, ceramah, musyawarah dan sebagainya.
2. Tulisan, seperti : buku-buku, majalah, surat kabar, buletin dan sebagainya.
3. Lukisan, seperti : gambar-gambar, foto, film, hasil seni lukis dan sebagainya.
4. Audio Visual yaitu cara penyampaian yang sekaligus merangsang pendengaran dan penglihatan, seperti : televisi, sandiwara, ketoprak, wayang dan sebagainya.
5. Akhlak yaitu suatu cara penyampaian langsung ditujukan dalam bentuk perbuatan nyata, seperti : mendatangi orang sakit, silaturahmi, pembangunan masjid, kebersihan dan sebagainya.⁶⁾

Adapun media yang dimaksud adalah media tulisan atau cetak, yaitu Tabloid Jum'at yang

⁵⁾Hamzah Ya'kub, *Publisistik Teknik Dakwah dan Leadership*, (Bandung : CV. Diponegoro, 1981), hal. 47.

⁶⁾Ibid., hal. 47-48.

bertujuan menyampaikan pesan-pesan dakwah.

5. Yogyakarta.

Maksudnya adalah Daerah Tingkat II Kotamadya Yogyakarta yang terdiri dari 14 Kecamatan dan termasuk dalam wilayah Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Dalam hal ini penulis mengambil sebagai daerah penelitian, karena dilihat dari jumlah pelanggan dan pembacanya yang cukup banyak dan juga latar belakang pendidikan mereka yang berbeda-beda, sehingga memenuhi syarat untuk diteliti.

Jadi yang menjadi maksud dari judul penelitian ini adalah tanggapan pembaca yang berdasarkan kepada pengetahuan dan pemahaman terhadap Tabloid Jum'at sebagai media dakwah di Kotamadya Yogyakarta, yang berkenaan dengan rubrik-rubriknya yang secara langsung membahas tentang Islam, meliputi : Inti Khutbah, Mutiara Hadits, Soal Jawab Agama, Para Nabi Allah, Kisah Untuk Anak dan Mutiara Jum'at, yang difokuskan pada sudut bahasa dan isi pesannya yang telah diketahui dan dipahami pembaca.

B. LATAR BELAKANG MASALAH.

Berkembangnya teknologi di bidang komunikasi dan informasi dewasa ini telah ikut pula mempengaruhi cara kita dalam berdakwah. Terlebih lagi pada masyarakat

yang pluralistik di masa sekarang ini, mendorong kita untuk terus mengembangkan kiat-kiat baru dalam berdakwah, supaya dakwah tampil menarik dan mengena pada sasaran dakwah.

Kalau kita menengok sejarah Islam, dimana Rasulullah saw. dalam menyiarkan ajaran Islam bukan hanya melalui pertemuan-pertemuan atau media lisan saja, tetapi lebih dari itu Nabi menggunakan media tulisan atau media tertulis, yaitu dengan mengirimkan surat-surat yang ditujukan kepada para raja atau penguasa untuk menyampaikan risalahnya.

Pemanfaatan media tulisan yang telah dirintis Nabi tersebut kian berkembang dan kini kita kenal dengan pers, yang dapat dijumpai dalam berbagai macam bentuk, seperti surat kabar, majalah buletin dan sebagainya. Selaras dengan kemajuan teknologi komunikasi saat ini, disamping media elektronik, pers merupakan salah satu sarana komunikasi yang efektif, karena dapat menyampaikan pesan secara serentak kepada banyak orang juga dapat dibaca setiap saat dan berulang kali dan dapat dibuat dokumentasi.

Di Indonesia pers merupakan sarana komunikasi yang utama dalam menumbuhkan kesadaran masyarakat. Dengan demikian kehadiran pers dapat memberi efek terhadap wawasan dan kepribadian seseorang. Apalagi di alam pembangunan sekarang ini, pers turut pula

membantu dalam mewujudkan cita-cita nasional, yaitu menjadikan manusia seutuhnya yang terpenuhi kebutuhan material dan spiritualnya.

Demikian halnya dengan Tabloid Jum'at sebagai salah satu media cetak yang bernafaskan Islam, ikut pula dalam meningkatkan kualitas rohani umat. Oleh karena itu kehadirannya sebagai aktivitas dakwah harus mampu mengambil posisi sebagai stimulator yang dapat mendorong pembacanya untuk bersikap dan bertingkah laku sesuai dengan pesan-pesan dakwah yang disampaikan, sehingga dapat memberikan dampak yang positif bagi pembacanya.

Berdakwah melalui media cetak seperti halnya Tabloid Jum'at tentu saja berbeda dengan berdakwah di forum-forum. Karena stimulus atau da'i harus mampu memilih tema-tema yang dimuat dan sasaran dakwah yang tepat, sehingga apa yang disampaikan akan mengena pada maksud dan tujuan. Penulis harus mampu merangsang dan membawa para pembaca sedemikian rupa sehingga terbawa serta dalam permasalahan yang dikemukakan. Oleh karena itu dituntut penyajian kata yang selektif dan tidak bertele-tele. Kalimat yang bertele-tele dan tidak mudah dimengerti akan membuat pembaca jenuh dan meninggalkan apa yang dibacanya.

Dalam kaitannya dengan penelitian ini, penulis

tertarik untuk mengetahui tentang persepsi pembaca terhadap bahasa dan isi pesan dalam rubrik-rubrik agama atau yang membahas tentang Islam yang dimuat oleh Tabloid Jum'at. Karena dengan penggunaan bahasa yang mudah dimengerti akan memberikan pemahaman terhadap isi pesan yang disampaikan. Sehingga Tabloid Jum'at yang berada di tengah persaingan arus informasi ini akan tampil lebih menarik sebagaimana yang diharapkan oleh pembaca, yang kemudian akan meningkat statusnya sebagai "bacaan wajib" bagi masyarakat pembaca, minimal bagi kalangan pelanggan khususnya dan semakin banyak diminati masyarakat atau umat Islam umumnya.

C. RUMUSAN MASALAH.

Dari latar belakang tersebut, penulis merumuskan pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi pembaca terhadap bahasa dan isi pesan rubrik-rubrik agama dalam Tabloid Jum'at sebagai media dakwah di Kotamadya Yogyakarta ?
2. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi pembaca terhadap isi pesan rubrik-rubrik agama dalam Tabloid Jum'at sebagai media dakwah di Kotamadya Yogyakarta ?

D. TUJUAN PENELITIAN.

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan mendiskripsikan persepsi pembaca terhadap bahasa dan isi pesan rubrik-rubrik agama dalam Tabloid Jum'at sebagai media dakwah di Kotamadya Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pembaca terhadap bahasa dan isi pesan rubrik-rubrik agama dalam Tabloid Jum'at sebagai media dakwah di Kotamadya Yogyakarta.

E. KEGUNAAN PENELITIAN.

1. Diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam mendukung pengembangan keilmuan dakwah Islam.
2. Sebagai bahan masukan bagi para da'i yang mengelola Tabloid Jum'at sebagai media dakwah dalam rangka meningkatkan kualitas penerbitan isi rubrik-rubrik yang dimuat.

F. KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIK.

1. Tinjauan Tentang Dakwah.

a. Pengertian Dakwah.

Banyak definisi yang dikemukakan oleh para ahli, namun untuk memudahkan pembahasan penulis

mengambil satu pendapat dari HM. Arifin dalam Psikologi Dakwah.

Dakwah mengandung pengertian sebagai suatu kegiatan ajakan baik dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan berencana dalam usaha mempengaruhi orang lain, baik secara individual maupun secara kelompok agar supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap penghayatan serta pengamalan terhadap ajaran agama sebagai message yang disampaikan kepadanya tanpa adanya unsur-unsur paksaan.⁷⁾

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa esensi dakwah terletak pada ajakan, dorongan, motivasi, rangsangan serta bimbingan terhadap orang lain untuk menerima ajaran agama dengan penuh kesadaran demi kepentingan pribadinya, bukan untuk kepentingan juru dakwah, dengan menggunakan cara lisan, tulisan dan sebagainya.

Supaya dakwah dapat menjangkau sasaran yang lebih luas, maka diperlukan media yang lebih tepat dan efektif. Diantaranya lewat media tulisan yang saat ini banyak digunakan sebagai sarana berdakwah, disamping sebagai penghubung ide antara komunikator dengan komunikan.

Terlebih lagi mengingat kompleksnya

⁷⁾HM. Arifin, Psikologi Dakwah, (Jakarta : Bumi Aksara, 1993), hal. 6.

kebutuhan dan keinginan manusia dalam memburu informasi, baik yang sedang, akan maupun telah terjadi, dimana persaingan semakin kuat sehingga banyak membawa akibat yang positif maupun negatif. Dakwah dalam hal ini, tentunya melalui media yang islami, diharapkan membawa dampak bagi perubahan ke arah yang lebih baik atau positif.

b. Dasar Pelaksanaan Dakwah.

Adapun yang menjadi landasan dakwah sebagaimana Firman Allah Swt. dalam Al Qur'an surat Ali Imran ayat 104 :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ
عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya :

Dan hendaklah ada diantara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar, mereka itulah orang-orang yang beruntung.⁸⁾

⁸⁾Depag RI. Al Qur'an dan Terjemahannya, (Bandung : Gema Risalah Press, 1989), hal. 93.

Dan juga Hadits Nabi yang berbunyi :

بَلِّغُوا عَنِّي وَلَوْ آيَةً

Artinya :

Sampaikan dariku walau sepotong ayat. (HR. Bukhori)⁹⁾

c. Tujuan Dakwah.

Menurut M. Masyhur Amin tujuan dakwah dapat

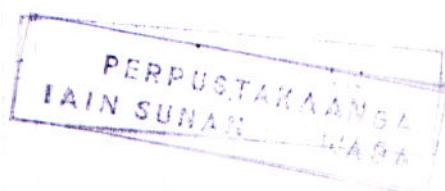
dibagi menjadi empat macam, yaitu :

1. Tujuan dakwah untuk perorangan yaitu terbentuknya pribadi yang mempunyai iman yang kuat, berperilaku sesuai dengan hukum yang disyariatkan oleh Allah.
2. Tujuan untuk keluarga yaitu terbentuknya keluarga yang bahagia, penuh ketentraman dan cinta kasih antar anggota keluarga.
3. Tujuan untuk masyarakat yaitu terbentuknya masyarakat yang sejahtera yang penuh dengan suasana keislaman.
4. Tujuan untuk seluruh dunia yaitu terbentuknya masyarakat dunia yang penuh dengan kedamaian dan ketentraman serta ketenangan dan tegaknya keadilan, persamaan hak dan kewajiban.¹⁰⁾

Semua tujuan tersebut merupakan penunjang dari tujuan final upaya dakwah yaitu terwujudnya kebahagiaan manusia lahir dan batin, dunia dan akhirat. Sebagaimana tercantum dalam surat Al

⁹⁾Hamzah Ya'kub, Op Cit., hal. 21.

¹⁰⁾M. Masyhur Amin, Metode Dakwah Islam, (Yogyakarta, Sumangsih, 1980), hal. 22-23.



Bagarah ayat 201 :

رَبَّنَا آتِنَا فِي الدُّنْيَا حَسَنَةً وَفِي الْآخِرَةِ حَسَنَةً
وَقِنَا عَذَابَ النَّارِ

Artinya :

Ya Tuhan kami, berilah kami kebaikan di dunia dan kebaikan di akhirat, dan peliharalah kami dari siksa neraka.¹¹⁾

d. *Unsur-unsur Dakwah.*

Unsur-unsur dakwah itu meliputi :

1. Obyek dakwah atau materi.
2. Juru dakwah atau da'i.
3. Penerima dakwah.
4. Metodik atau uslub.
5. Media atau wasilah.¹²⁾

Materi dakwah mencakup seluruh ajaran Islam yang datang dari Allah Swt, yang dibawa oleh Rasulullah saw, untuk disampaikan kepada seluruh umat manusia.¹³⁾

Jelasnya bahwa materi dakwah harus tetap

¹¹⁾Depag, Op Cit., hal. 49.

¹²⁾Abdul Karim Zaidan, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, Pen. HM Aswadi Syukur, (Jakarta : Media Dakwah, 1983), hal. 2.

¹³⁾Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya : Al Ikhlas, 1983) hal. 60.

fundamental walaupun harus disampaikan dengan metode yang variasi, sistim yang proporsional dan teknik yang relevan dan ideal.

Unsur kedua adalah juru dakwah atau da'i, pada dasarnya semua muslim adalah da'i. Akan tetapi Toto Tasmara mengklasifikasikannya menjadi dua kelompok, yaitu :

1. Secara umum adalah setiap muslim atau muslimat yang mukallaf (dewasa).
2. Secara khusus adalah mereka yang mengambil keahlian khusus dalam bidang agama Islam.¹⁴⁾

Unsur yang ketiga adalah penerima dakwah. Penerima dakwah adalah seluruh umat manusia, baik yang sudah memeluk agama Islam maupun yang belum memeluk agama Islam. Dakwah yang dilaksanakan berupaya untuk mengajak kepada mereka agar menganut Islam, sedang yang sudah menganut Islam, dakwah dilaksanakan supaya tetap memertahankan keislamannya dan meningkatkan peribadatannya kepada Allah Swt.

Sedang unsur yang keempat adalah metodik dakwah, yaitu cara-cara yang digunakan untuk berdakwah. Tindakan-tindakan atau kegiatan

¹⁴⁾Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta : CV. Media Pratama, 1987), hal. 41-42.

dakwah yang telah dirumuskan akan efektif bilamana dilaksanakan dengan mempergunakan cara-cara yang tepat.

Unsur yang kelima adalah media atau wasilah yaitu segala sesuatu yang dapat dipergunakan sebagai alat untuk melaksanakan dakwah.¹⁵⁾ Masdar Helmi mengelompokkannya kedalam empat macam :

1. Media cetak, seperti, surat kabar, majalah.
2. Media visual, seperti film, televisi, foto.
3. Media auditif, seperti radio, tape recorder.
4. Media pertemuan-pertemuan.¹⁶⁾

2. Tinjauan Tentang Persepsi.

a. Pengertian Persepsi.

Manusia dengan kemampuannya selalu memperhatikan alam sekitarnya, dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhannya, kewajiban dan hak kehidupannya. Dengan kemampuan akal nya manusia mampu membedakan alam sekitarnya ke dalam berbagai bagian menurut pandangan masing-masing. Alam dan keanekaragamannya merupakan obyek

¹⁵⁾Asmuni Syukir, Op Cit., hal. 163.

¹⁶⁾Masdar Helmi, *Dakwah Dalam Alam Pembangunan*, (Semarang : CV. Toha Putra, 1973), hal 17-22.

pertama yang diperhatikan manusia. Persepsi atau tanggapan merupakan titik awal dalam penelitian ini, terlebih dahulu mendapat perhatian supaya dalam menafsirkan kata itu lebih jelas.

Obyek sekitar kita, kita tangkap melalui indra dan kita proyeksikan pada bagian-bagian tertentu dalam otak (akal pikiran), sehingga dengan jelas kita dapat mengamati fenomena alam dan mengetahui ciri-ciri perbedaan masing-masing untuk diperlukan dalam berbagai kebutuhan kehidupan.

Kemampuan untuk mengelompokkan, membedakan dan memfokuskan pada suatu kelompok tertentu yang berdekatan atau serupa, demikian itu disebut dengan kemampuan mengorganisaikan pengamatan atau persepsi.¹⁷⁾ Lebih tegasnya, persepsi merupakan proses organising yaitu pengindraan suatu gejala di luar dirinya, lalu meningkat ke ideasi, yakni menata hasil persepsi itu dengan hal-hal yang terdapat dibenaknya, berupa pengetahuan, pengalaman, norma-norma dan lain-lain, kemudian sampai ke tahap transmisi yaitu melontarkannya kepada orang lain dalam

¹⁷⁾ Sarlito Wirawan Sarwono, **Pengantar Psikologi Umum**, (Jakarta : Bulan Bintang, 1976), hal. 44.

bentuk pesan komunikasi.¹⁸⁾

Dari batasan tersebut dapat diartikan bahwa persepsi merupakan keadaan dalam diri manusia yang berhubungan dengan suatu obyek tertentu, cara menanggapi, mengamati, khususnya yang datang dari luar dirinya. Tingkatan persepsi seseorang pada dasarnya menanggapi sesuatu yang datang dari luar dirinya, dapat berupa penerimaan, penolakan dan ada karena sesuatu dapat menerimanya.

b. Unsur-Unsur Persepsi.

Dari pengertian tersebut dapat ditemui unsur-unsur sebagai berikut :

1. Obyek yaitu berupa lingkungan yang bisa berbentuk benda, peristiwa atau personal, dalam mana kesemuanya itu merangsang panca indra dan membangkitkan kesadaran individu.
2. Interpretasi yaitu rangsang-rangsang dari pada obyek yang ditemui, dalam mana rangsang itu diserap, diamati, diartikan serta disimpulkan.
3. Pengetahuan yaitu sebuah hasil dari pada satu proses interpretasi yang akhirnya menjadi pengalaman langsung bagi individu yang bersangkutan.¹⁹⁾

¹⁸⁾ Onong Uchjana, *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, (Bandung : Alumni, 1981), hal. 78-79.

¹⁹⁾ HM. Kholili, *Membentuk Persepsi Sasaran Dakwah* (Yogyakarta : UD. Rama, 1991), hal. 6.

Dengan demikian diketahui bahwa terbentuknya persepsi itu karena terpenuhinya unsur-unsur tersebut.

c. Syarat Terbentuknya Persepsi.

Menurut Bimo Walgito ada tiga syarat terbentuknya persepsi, yaitu sebagai berikut :

1. Adanya obyek yang menimbulkan stimulus yang mengenai alat indra (reseptor). Stimulus datang dari luar langsung mengenai syaraf penerima (sensori) yang bekerja sebagai reseptor.
2. Adanya alat indra (reseptor) yaitu alat yang menerima stimulus. Di samping itu ada pula alat sensori yang meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat syaraf yaitu alat untuk mengadakan respon maka diperlukan syaraf motoris.
3. Adanya perhatian yang merupakan langkah awal sebagai suatu persiapan dalam mengadakan suatu persepsi, tanpa adanya perhatian tidak akan terjadi persepsi.²⁰⁾

Maka dari itu diketahui bahwa kejadian persepsi adalah adanya obyek stimulus, dan stimulus itu mengenai alat indra atau reseptor. Proses ini dinamakan proses fisik atau kealaman. Dari stimulus yang diberikan oleh alat indra diteruskan oleh syaraf sensori ke otak, proses ini dinamakan fisiologi. Kemudian terjadi apa yang diterima melalui reseptor itu sebagai

²⁰⁾Bimo Walgito, Op Cit., hal. 54.

akibat dari stimulus yang diterima, proses ini dinamakan proses psikologis.

d. Faktor Yang Menentukan Persepsi.

Persepsi seseorang merupakan proses yang dinamis, yang aktif dimana yang memegang peranan bukan hanya stimuli yang mengenainya, akan tetapi ia juga sebagai keseluruhan pengalaman-pengalamannya, motivasinya dan sikap-sikap yang relevan terhadap stimuli tersebut.

Menurut Oskamp, ada empat faktor penting dari peibadi dan sosial yang dapat mempengaruhi persepsi seseorang yaitu :

1. Faktor ciri-ciri khas dari stimulus yang meliputi :
 - a. Nilai : ciri-ciri dari stimulus seperti nilainya bagi subyek yang mempengaruhi caranya dari stimuli tersebut dipersepsi.
 - b. Arti emosional : sampai berapa jauh stimulus itu merupakan suatu yang mengancam atau yang menyenangkan atau yang mempengaruhi persepsi orang yang bersangkutan.
 - c. Familiaritas : pengenalan berdasarkan "exposure" yang berkali-kali dari stimulus akan mengakibatkan bahwa stimulus tersebut dipersepsi lebih akurat.
 - d. Intensitas : yaitu berhubungan dengan derajat kesadaran seseorang mengenai stimuli tersebut.
2. Faktor pribadi : yaitu termasuk di dalamnya ciri khas individu seperti ; taraf kecerdasannya, minatnya, emosionalitasnya dan lain sebagainya.
3. Faktor pengaruh kelompok : artinya respon orang lain dapat memberi arah sesuatu tingkah laku konform.

4. Faktor perbedaan latar belakang kulturil. Ada tiga variabel sosial yang mempengaruhi persepsi yaitu :
 - a. Obyek yang fungsional adalah berbeda-beda bagi setiap lingkungan, sesuai dengan obyek dan ragamnya, sesuai dengan banyaknya fungsi, jadi tekanannya diletakkan pada pengaruh fungsional.
 - b. Familiaritas : yaitu orang dalam suatu lingkungan budaya mempunyai pengalaman dengan hasil kebudayaannya yang mungkin sekali tidak dikenal di dalam kebudayaan lain.
 - c. Sistem komunikasi, yaitu dihubungkan dengan perbendaharaan kata yang sebaiknya dianggap mempengaruhi persepsi seseorang.²¹⁾

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa apabila seorang individu dan obyek stimulus terpenuhi adanya beberapa faktor tersebut, maka akan terjadi persepsi yang serasi.

Akan tetapi jika terdapat perbedaan dari beberapa faktor tersebut maka akan terjadi persepsi yang berbeda-beda. Adapun kajian ini ditekankan pada faktor intensitas stimulus, fungsional atau kebutuhan dan faktor pribadi yang mencakup hasrat atau minat.

e. Prinsip Persepsi.

Dalam mengelompokkan obyek-obyek tertentu individu atau sosial ke dalam kelompok

²¹⁾Saparinah Sadli, *Persepsi Sosial Mengenai Tingkah Laku Menyimpang*, (Jakarta : Bulan Bintang, 1977), hal. 72-73.

organisasi mengikuti berbagai prinsip, antara lain sebagai berikut :

1. Wujud dan Latar. Artinya obyek-obyek yang diamati selalu muncul sebagai wujud (figur) sedang yang lainnya sebagai latar (ground).
2. Pola pengelompokan. Artinya seseorang cenderung mengelompokkan persepsinya ke dalam suatu pola tertentu. 22)

Obyek-obyek tertentu yang telah diorganisasi ke dalam suatu persepsi memunculkan sikap atau tingkah laku, tindakan yang menerima, bersifat positif artinya mendukung terhadap obyek itu, maupun menolak yang bersifat negatif, artinya menolak obyek yang diamati. Dan ada pula yang bersifat netral (masa bodoh), artinya menolak tidak menerimapun juga tidak. Hal ini karena dipengaruhi oleh berbagai faktor di atas menjadi motifasi tindakan tanggapan tingkah laku dalam menghadapi obyek tersebut.

22) Sarlito Wirawan Sarwono, Op Cit., hal. 44.

3. Dakwah dan Media Pers.

a. Pengertian Media Pers.

Istilah pers berasal dari bahasa Belanda, yang dalam bahasa Inggrisnya berarti press, secara harfiah berarti cetak, sedang menurut maknanya berarti penyiaran secara tercetak atau publikasi secara dicetak (Printed Publications).

Dalam perkembangannya, pers mempunyai dua pengertian, yaitu :

Pers dalam pengertian luas dan pers dalam pengertian sempit. Pers dalam pengertian luas meliputi segala penerbitan, bahkan termasuk media massa elektronik, radio siaran, dan televisi siaran, sedangkan pers dalam pengertian sempit hanya terbatas pada media massa cetak, yakni surat kabar, majalah dan buletin kantor berita.²³⁾

Dalam hal ini yang menjadi pokok bahasan adalah pers dalam arti sempit, yaitu media massa cetak saja.

Di Indonesia pengertian pers sudah tercantum dalam UU No. 11 tahun 1966 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Pers dan UU No. 21 tahun 1982 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 11 tahun 1966, yang dinyatakan sebagai berikut :

²³⁾ Onong Ochjana, Op Cit., hal 148.

Pers adalah lembaga kemasyarakatan, alat perjuangan nasional yang mempunyai karya sebagai salah satu media komunikasi massa, yang bersifat umum berupa penerbitan yang teratur waktu terbitnya, diperlengkapi atau tidak diperlengkapi dengan alat-alat milik sendiri berupa percetakan, alat-alat foto, klise, mesin-mesin stensil dan alat-alat teknik yang lain.

Definisi pers tersebut secara tegas menunjukkan bahwa pers di Indonesia merupakan lembaga kemasyarakatan, bukan lembaga pemerintah juga bukan terompet pemerintah. Mengenai hal ini sudah tandas dicantumkan dalam UU No. 21 tahun 1982 yang berbunyi : "Pers mempunyai hak kontrol, kritik dan koreksi yang bersifat konstruktif."

Dari pengertian tersebut jelaslah bahwa pers Indonesia harus mempunyai idealisme yakni bahwa pers Indonesia merupakan alat perjuangan nasional, bukan hanya sekedar penjual berita untuk mencari keuntungan finansial.²⁴⁾

b. Ciri Media Pers.

Ciri dan sifat yang dipergunakan dalam kegiatan jurnalistik amatlah berpengaruh kepada

²⁴⁾ Ibid, hal. 148-149.

komponen-komponen proses komunikasi lainnya.

Menurut Onong Uchjana ciri-ciri media pers adalah sebagai berikut :

1. Publisitas adalah surat kabar diperuntukkan umum, karena itu seluruh isinyapun harus menyangkut kepentingan umum.
2. Universalitas, maksudnya bahwa surat kabar harus memuat aneka berita mengenai kejadian-kejadian di seluruh dunia dan tentang segala aspek kehidupan manusia.
3. Aktualitas, yaitu kecepatan penyampaian laporan mengenai kejadian di masyarakat kepada khalayak.
4. Periodisitas yang berarti suatu penerbitan itu disebut surat kabar bila terbitnya secara periodik atau teratur. Tidak menjadi soal apabila terbitnya sehari sekali, seminggu sekali dan sebagainya, asalkan syaratnya teratur.²⁵⁾

c. Sifat Media Pers.

Dibandingkan dengan media elektronik yang menyiarkan pemberitaan seperti radio dan televisi, maka ditinjau dari ilmu komunikasi sifat media pers adalah:

1. Terekam, maksudnya adalah bahwa berita-berita yang disiarkan oleh media pers tersusun dalam alinea-alinea, kalimat dan kata-kata yang terdiri dari huruf-huruf yang dicetak dalam kertas, sehingga setiap peristiwa atau hal yang diberikan terekam sedemikian rupa

²⁵⁾ Ibid, hal. 154-155.

sehingga dapat diulang serta dapat dijadikan dokumentasi.

2. Menimbulkan perangkat mental secara aktif, karena berita surat kabar yang dikomunikasikan pada khalayak menggunakan bahas dengan huruf-huruf yang dicetak mati pada kertas, maka untuk dapat mengerti maknanya pembaca harus menggunakan perangkat mentalnya secara aktif.²⁶⁾

Berbeda dengan proses penyiaran berita radio dan televisi dimana setiap berita dibacakan oleh penyiar, pemirsa dapat mengikutinya baik sambil santai maupun bekerja. Sedang dalam penyusunan surat kabar diharuskan menggunakan bahasa yang umum dan lazim, supaya para pembaca mudah untuk mencernanya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY

SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

d. Fungsi Media Pers.

Pada saat sekarang banyak manusia mencari informasi sebanyak mungkin dari media pers. Keterkaitannya tersebut menunjukkan bahwa pers merupakan sesuatu yang dianggap dapat memberikan pemenuhan kebutuhan manusia dalam hal informasi,

²⁶⁾ Ibid, hal. 155-156.

pengetahuan juga hiburan. Menurut Onong Uchjana fungsi pers yaitu :

1. Fungsi menyiarkan informasi (to inform).
2. Fungsi mendidik (to educate).
3. Fungsi menghibur (to entertain).
4. Fungsi mempengaruhi (to influence).²⁷⁾

Sedang menurut Ja'far H. Assegaf, pers mempunyai tiga fungsi utama yaitu :

1. Memberikan informasi.
2. Memberikan hiburan.
3. Memberikan kontrol sosial.²⁸⁾

e. *Efek Media Pers.*

Jalaluddin Rakhmat dalam buku Psikologi Komunikasi, mengemukakan tentang efek media cetak sebagai berikut :

1. Efek Kognitif, yaitu efek yang terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, ketrampilan, kepercayaan dan informasi.
2. Efek Affektif, yaitu timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap atau nilai.

²⁷⁾ Ibid, hal. 149-150.

²⁸⁾ Ja'far H. Assegaf, Op Cit, hal. 11.

3. Efek Behaviorisme yaitu efek yang merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan berperilaku.²⁹⁾

Bila terjadi efek yang demikian itu, maka para pembaca media pers memiliki cara merasa, berfikir dan bertindak pada suatu kenyataan yang sesuai dengan ajaran Islam. Sedang efek yang diharapkan terhadap pembaca dari media pers adalah efek kognitif.

Melihat fungsi-fungsi tersebut, maka media pers semakin dibutuhkan keberadaannya dalam masyarakat modern, sehingga proses untuk mempengaruhi orang lain akan semakin mudah dicapai.

f. Tabloid Sebagai Media Dakwah.

Sungguhpun telah dicapai kemajuan yang pesat dalam berbagai mass media seperti radio, film dan televisi, namun pers masih tetap aktuil. Modernisasi percetakan yang kian maju membuat manusia lebih meningkatkan aktivitasnya di bidang pers. Demikian halnya dengan tabloid sebagai salah satu bentuk dari pers yang saat ini banyak beredar dalam beraneka ragam. Dimana

²⁹⁾Jalaluddin Rakhmat, Psikologi Komunikasi, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 1993), hal. 219.

arti tabloid sendiri adalah surat kabar yang terbit dengan ukuran setengah dari surat kabar biasa yang tampil dengan gaya jurnalistik yang khas, misalnya pembuatan foto-foto berwarna.

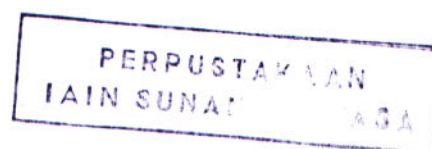
Dalam kaitannya dengan dakwah maka tabloidpun dapat digunakan sebagai sarana berdakwah disamping media massa lainnya. Demikian pula dengan Tabloid Jum'at yang turut hadir mewarnai dakwah islamiyah. Tentunya dengan harapan melalui Tabloid Jum'at dakwah Islam akan semakin berkembang. Selain itu mengajak kepada para da'i khususnya dan umat Islam pada umumnya agar mengambil peran aktif di media pers dan jurnalistik atau media komunikasi modern.

G. METODE PENELITIAN.

1. Populasi Penelitian.

Populasi penelitian adalah "keseluruhan subyek penelitian".³⁰⁾ Adapun yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah seluruh pembaca Tabloid Jum'at di Kotamadya Yogyakarta yang berjumlah 200 orang. Dan mempunyai sifat homogen yaitu dari

³⁰⁾ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : Bina Aksara, 1987), hal. 102.



seluruh satuan populasi tersebut dari kelompok orang-orang yang berpendidikan, akan tetapi dalam penelitian ini penulis tidak membedakan atau mengklasifikasikan tentang status pendidikan mereka.

2. Sampel Penelitian.

Sampel adalah "bagian-bagian dari universe yang menjadi obyek sesungguhnya dari suatu penelitian".³¹⁾ Dalam penelitian ini, untuk menentukan besarnya sampel penulis menggunakan monograf Harry King, yaitu dengan tingkat kesalahan 5 % atau kepercayaan sampel terhadap populasi sebesar 95 %, maka jumlah sampel ada 58 %. Jadi dari populasi yang berjumlah 200 orang tersebut sampel yang diambil sebanyak 116 orang.³²⁾

Adapun cara yang digunakan dalam penentuan sampel adalah dengan pengambilan secara acak sederhana (sample random sampling), dimana dari seluruh satuan populasi mendapat kesempatan yang sama untuk menjadi sampel.

³¹⁾Koentjaraningrat, *Metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta : Gramedia, 1981), hal. 115.

³²⁾Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung : Alfabeta, 1992), hal. 60.

3. Metode Pengumpulan Data.

a. Metode Angket.

Metode angket adalah "merupakan suatu daftar yang berisikan suatu rangkaian pertanyaan mengenai suatu hal dalam suatu bidang".³³⁾ Cara ini merupakan alat utama untuk memperoleh persepsi para pembaca terhadap Tabloid Jum'at sebagai media dakwah, baik mengenai bahasa maupun isinya, juga mengenai faktor-faktor yang mempengaruhinya.

b. Metode Wawancara.

Maksudnya ialah "pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematis dan berdasarkan pada tujuan penelitian".³⁴⁾ Cara ini digunakan untuk memperoleh informasi baik dari Pengurus dan Penyalur Tabloid Jum'at atau orang-orang yang dapat memberikan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini.

³³⁾Koentjaraningrat, *Op Cit.*, hal. 215.

³⁴⁾Sutrisno Hadi, *Metodologi Research Jilid II*, (Yogyakarta : Fak. Psikologi UGM, 1987), hal. 193.

c. Metode Dokumentasi.

Yaitu "teknik penelitian dengan cara menggali data yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, notulen rapat dan sebagainya".³⁵⁾ Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan gambaran umum Tabloid Jum'at dan Kotamadya Yogyakarta sebagai wilayah penelitian.

4. Metode Analisa Data.

Dalam menganalisa data yang terkumpul, penulis akan menyajikan data secara kualitatif dan kuantitatif. Data yang bersifat kuantitatif diperoleh dari jawaban angket yang diolah, untuk selanjutnya disajikan dalam tabel prosentase dengan menggambarkan secara obyektif persepsi pembaca terhadap Tabloid Jum'at sebagai media dakwah di Kotamadya Yogyakarta dengan rumus :

$$p = \frac{f}{N} \times 100 \%$$

³⁵⁾ Suharsimi Arikunto, Op Cit., hal. 188.

Keterangan :

p : angka prosentase

f : frekuensi jawaban responden

N : Jumlah responden

100 % : bilangan konstan dalam rumus

prosentase.³⁶⁾

Sedang data yang bersifat kualitatif dianalisa secara deskriptif interpretatif, yaitu menggambarkan hasil penelitian dengan apa adanya, kemudian ditafsirkan seperlunya guna mengarah kepada kesimpulan yang berarti.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

³⁶⁾Anas Sudijono, Pengantar Statistik Pendidikan, (Jakarta : Rajawali Press, 1986), hal. 40.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN.

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah dipaparkan, ada beberapa hal yang menggambarkan persepsi pembaca terhadap Tabloid Jum'at sebagai media dakwah di Kotamadya Yogyakarta.

Secara umum, persepsi pembaca terhadap Tabloid Jum'at sebagai media Dakwah di Kotamadya Yogyakarta adalah baik. Hal ini menunjukkan bahwa Tabloid Jum'at memiliki nilai sebagai media dakwah. Karena menggunakan bahasa yang mudah dimengerti, maka isi pesannyapun mudah untuk dipahami oleh pembacanya. Dan sebagian persepsi pembaca menunjukkan bahwa bahasa yang digunakan kurang dapat dimengerti sehingga isi pesan yang terkandung kurang dapat dipahami oleh pembaca.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pembaca terhadap Tabloid Jum'at sebagai Media Dakwah di Kotamadya Yogyakarta adalah karena rubrik-rubriknya yang dibutuhkan, dengan penyampaian yang cukup menarik serta adanya kebiasaan membaca. Sebagian persepsi dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu karena rubrik-rubriknya kurang menarik dan kurang dibutuhkan, juga kurang adanya kebiasaan membaca.

B. SARAN-SARAN.

Karena masih ada pembaca yang menyatakan mengenai bahasa yang digunakan Tabloid Jum'at kurang dimengerti, sehingga isi pesannya kurang dapat dipahami. Maka hendaknya penggunaan bahasa untuk lebih diperjelas supaya pembaca lebih mudah untuk memahami isi pesan yang terkandung di dalamnya. Selain itu dari penyajian dan ulasannya di setiap rubrik untuk lebih ditingkatkan supaya menarik.

Hendaknya pengelola Tabloid Jum'at semakin menambah informasi keagamaan, baik secara kualitatif maupun kuantitatif, mengingat kebutuhan pembaca terhadap informasi keagamaan semakin meningkat.

C. PENUTUP.

Dengan senantiasa memuja dan memuji kehadiran Ilahi Rabbi atas segala nikmat dan karunia-Nya, bimbingan dan petunjuk-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.

Begitu besar bantuan dari berbagai pihak yang telah penulis terima dan rasakan demi kelancaran penulisan ini.

Oleh karena itu penulis menghaturkan banyak terima kasih dan teriring do'a semoga Allah SWT. memberikan imbalan yang terbaik.

Karya tulis ini penulis susun dengan semaksimal mungkin, namun penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahannya. Untuk itu saran dan kritik yang konstruktif penulis harapkan, demi perbaikan dan penyempurnaan selanjutnya.

Akhir kata tak lupa penulis memohon ampunan kepada Allah Swt. atas segala kesalahan dalam tulisan ini, serta mohon ma'af atas segala kekhilafan kepada semua pihak yang terlibat, yang penulis lakukan selama proses penyelesaian karya tulis ini.

Penulis berharap semoga karya tulis ini dapat bermanfa'at bagi pembaca. Akhirnya hanya kepada Allahlah segalanya penulis kembalikan.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Yogyakarta, Desember 1997
Penulis

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Karim Zaidan, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, Jakarta, Media Dakwah, 1983.
- Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, Jakarta, Rajawali Press, 1986.
- Arifin, HM., *Psikologi Dakwah*, Jakarta, Bumi Aksara, 1993.
- Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, Surabaya, Al Ikhlas, 1983.
- Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, Yogyakarta, Andi Offset, 1989.
- Depag RI, *Al Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung, Gema Risalah Press, 1989.
- Hamzah Ya'kub, *Publisistik Teknik Dakwah dan Leadership*, Bandung, CV. Diponegoro, 1981.
- Hassan Sadily dan John M. Echols, *Kamus Inggris Indonesia*, Jakarta, PT. Gramedia, 1982.
- Ja'far H. Assegaf, *Jurnalistik Masa Kini*, Jakarta, Ghalia Indonesia, 1991.
- Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 1993.
- Kantor Statistik Kotamadya Yogyakarta, *Kotamadya Yogyakarta Dalam Angka Tahun 1996*, Yogyakarta, UD. Prasaja, 1996.
- Kholili, HM., *Membentuk Persepsi Sasaran Dakwah*, Yogyakarta, UD. Rama, 1991.
- Kontjaraningrat, *Metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta, Gramedia, 1981.
- Masdar Helmi, *Dakwah Dalam Alam Pembangunan*, Semarang, CV. Toha Putra, 1973.
- Masyhur Amin, *Metode Dakwah Islam*, Yogyakarta, Sumbangsih, 1980.
- Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi : Teori dan Praktik*, Bandung, PT. Rosdakarya, 1994.
- _____, *Dimensi-Dimensi Komunikasi*, Bandung, Alumni, 1981.

Saparinah Sadli, *Persepsi Sosial Mengenai Tingkah Laku Menyimpang*, Jakarta, Bulan Bintang, 1977.

Sarlito Wirawan Sarwino, *Pengantar Psikologi Umum*, Jakarta, Bulan Bintang, 1976.

Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung, Alfabeta, 1992.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta, Bina Aksara, 1987.

Sutrisno Hadi, *Metodologi Reaserch*, Yogyakarta, Fakultas Psikologi UGM, 1987.

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

MAKALAH :

- Laporan Perkembangan Tabloid Jum'at periode Januari 1995-Juli 1996.
- Filosofi, Prospektif dan etos Kerja Tabloid Juma'at, Moh. Natsi Magsudi.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

