

## **BAB II**

### **TINJAUAN DAKWAH DAN SURAT KABAR**

#### **2.1. Tinjauan Dakwah**

Dakwah merupakan aktivitas yang sangat penting dalam Islam. Dengan dakwah, Islam dapat tersebar dan diterima oleh masyarakat. Sebaliknya, tanpa dakwah Islam akan semakin jauh dari masyarakat dan selanjutnya akan lelap dari permukaan bumi. Dalam kehidupan masyarakat, dakwah berfungsi menata kehidupan yang agamis menuju terwujudnya masyarakat yang harmonis dan bahagia. Ajaran Islam yang disiarkan melalui dakwah dapat menyelamatkan manusia dan masyarakat pada umumnya dari hal-hal yang dapat membawa pada kehancuran. Karena pentingnya dakwah itulah, maka dakwah bukanlah pekerjaan yang difikirkan dan dikerjakan melainkan suatu pekerjaan yang telah diwajibkan bagi setiap pengikutnya.

##### **2.1.1. Pengertian Dakwah**

Dakwah dapat ditinjau dari segi etimologi, kata dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu dari kata *da'a-yad'u-da'wan* yang berarti mengajak, memanggil, seruan, permohonan, dan permintaan. Istilah ini sering diberi arti yang sama dengan istilah-istilah *tabilgh*, *amar ma'ruf* dan *nahi munkar*, *mau'idzoh khasanah*, *tasbyir*, *washiyah*, *tarbiyah*, *ta'lim*, dan *khotbah* (Munir, 2006: 17).

Pada dasarnya praktik dakwah harus mengandung serta melibatkan tiga unsur, yaitu penyampaian pesan, informasi yang disampaikan, dan penerima pesan. Namun dakwah mengandung pengertian yang lebih luas dari istilah-istilah tersebut, karena istilah dakwah yang mengandung makna sebagai aktifitas menyampaikan ajaran Islam, menyeru perbuatan baik, dan mencegah perbuatan mungkar, serta memberi kabar gembira dan peringatan manusia (Amin, 2008: 3).

Dakwah pada hakikatnya adalah seluruh ajaran Islam yang tertuang di dalam al Qur'an dan al Sunnah secara utuh tanpa dipenggal-penggal. Sedangkan dalam pengembangannya mencakup seluruh kultur Islam yang murni yang bersumber dari kedua sumber pokok tersebut. Untuk lebih jelasnya di bawah akan disajikan beberapa definisi dakwah antara lain: Hamzah Yaqub dalam buku Publistik Islam memberikan pengertian dakwah dalam islam ialah mengajak manusia dengan hikmat kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasulnya.

Syeikh Ali Makhfuz dalam kitab Hidayah Al Marsudi menyatakan bahwa dakwah adalah mendorong manusia agar berbuat kebaikan menurut petunjuk, menyeru mereka berbuat kebajikan dan melarang mereka dari perbuatan mungkar, agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Menurut pendapat Tarmizi Taher, dakwah adalah upaya untuk mengajak seseorang atau sekelompok orang (masyarakat) agar memeluk dan

mengamalkan ajaran agama Islam kedalam kehidupan sehari-hari (Abdullah, 1998: 7).

Sebenarnya masih banyak lagi pengertian dakwah yang dikemukakan oleh para ahli, akan tetapi semuanya itu dapat di simpulkan menjadi tiga unsur pengertian pokok:

- a. Dakwah adalah proses penyampaian ajaran Islam kepada seseorang kepada orang lain.
- b. Penyampaian tersebut dapat berupa ajakan kebaikan dan melarang kepada keburukan (amar ma'ruf nahi mungkar).
- c. Usaha tersebut dilakukan dengan tujuan terbentuknya individu atau masyarakat yang taat dan mengamalkan sepenuhnya seluruhajaran Islam (Aziz, 2004: 9).

### **2.1.2. Unsur-Unsur Dakwah**

- a. *Da'i* (pelaku dakwah)

*Da'i* adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan maupun tulisan ataupun perbuatan baik secara individu atau kelompok lembaga. Orang yang menyampaikan pesan dakwah disebut dengan *da'i*. *Da'i* sering disebut orang dengan sebutan *mubaligh* (orang yang menyampaikan ajaran Islam). *Da'i* harus tahu apa yang disajikan baik dakwah tentang Allah, alam semesta, dan kehidupan, serta apa yang dihadirkan dakwah untuk memberi solusi terhadap problema yang dihadapi manusia, juga metode-metode

yang dipakai untuk menjadikan pemikiran dan perilaku manusia agar tidak salah dan tidak melenceng (Aziz, 2004: 10).

Berkaitan dengan hal-hal yang memerlukan ilmu dan keterampilan khusus, memang kewajiban berdakwah terpikul di pundak orang-orang tertentu. Hal ini sesuai dengan firman Allah Swt. dalam QS. al Anbiya' 7:

وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ إِلَّا رِجَالًا نُوْحِي إِلَيْهِمْ فَسْأَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ ﴿٧﴾

Artinya: “Kami tiada mengutus Rasul-Rasul sebelum kamu (Muhammad), melainkan beberapa orang-laki-laki yang Kami beri wahyu kepada mereka, maka tanyakanlah olehmu kepada orang-orang yang berilmu, jika kamu tiada mengetahui” (Depag RI, 1993: 496).

*Da'i* yang tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang masyarakat yang akan menjadi mitra dakwahnya adalah calon-calon *da'i* yang akan mengalami kegagalan dakwahnya.

b. *Mad'u* (Mitra Dakwah atau Penerima Dakwah)

Yaitu manusia yang menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik secara individu atau kelompok, baik beragama Islam ataupun non Islam, dengan kata lain manusia secara keseluruhan. Sesuai dengan firman Allah Swt. dalam QS. Saba' 28:

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَٰكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ ﴿٢٨﴾

Artinya: “Dan Kami tidak mengutus kamu, melainkan kepada umat manusia seluruhnya sebagai pembawa berita gembira dan

sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tiada mengetahui” (Depag RI, 1993: 688).

M. Al-Ghazali dalam bukunya *Dakwah Komunikatif* membagi sasaran dakwah menjadi enam golongan yaitu:

- 1) Sasaran dakwah Islam yang menyangkut golongan dilihat dari struktur kelembagaan yaitu berupa masyarakat dari kalangan pemerintah dan keluarga.
- 2) Sasaran dakwah Islam yang berupa kelompok masyarakat dilihat dari sosiokultural berupa golongan priyayi, dan santri, terutama dalam masyarakat Jawa.
- 3) Sasaran dakwah Islam yang berhubungan dengan golongan dilihat dari segi okupasional (profesi dan pekerjaan) berupa golongan petani, pedagang, seniman, buruh, pegawai negeri dll.
- 4) Sasaran dakwah Islam yang berhubungan dengan golongan masyarakat dari segi tingkat usia berupa golongan usia tua, muda, dan anak-anak.
- 5) Sasaran dakwah Islam dengan golongan masyarakat dari segi tingkat kehidupan sosial ekonomi berupa golongan ekonomi atas, menengah, dan miskin.
- 6) Sasaran dakwah Islam dengan golongan masyarakat dilihat dari segi kekhususan yaitu golongan masyarakat tuna susila, tuna wisma, tuna karya, narapidana dan sebagainya.

Muhammad Abduh (dalam Wahyu, 2010: 91) membagi *mad'u* menjadi 3 golongan, yaitu:

- a) Golongan cerdas cendekiawan yang cinta kebenaran, dan dapat berpikir secara kritis, cepat menangkap persoalan.
- b) Golongan awam, yaitu kebanyakan orang yang belum dapat berpikir secara kritis dan mendalam, belum dapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi.
- c) Golongan yang berbeda dengan golongan yang diatas mereka senang membahas sesuatu tetapi hanya dalam batas tertentu, tidak sanggup mendalam benar.

c. *Maddah* (Materi Dakwah)

*Maddah* adalah mengenai isi pesan atau materi yang akan disampaikan *da'i* kepada *mad'u*, yang menjadi *maddah* dakwah adalah ajaran Islam itu sendiri. Ajaran Islam berpangkal pada dua pokok yaitu al Qur'an dan al Sunnah Rasulullah Saw. (Anshari, 1993: 29). Kedua hal tersebut menjadi landasan *da'i* dalam menyampaikan pesannya. Seorang *da'i* tidak boleh menyimpang dan harus selalu belajar dan menggali ajaran Islam guna menambah wawasan keIslaman, yang nantinya diharapkan menjadi modal *da'i* untuk lebih menguatkan *mad'u* dalam memahami Islam. Adapun materi dakwah diklasifikasikan menjadi tiga; *pertama* terkait keimanan/kepercayaan seseorang terhadap Allah Swt. *Kedua* syari'ah, yaitu serangkaian ajaran yang menyangkut aktifitas manusia muslim didalam semua aspek hidupnya, mana yang boleh dilakukan mana yang tidak boleh dilakukan, mana yang halal dan

yang haram dan lain sebagainya. *Ketiga* akhlak, yaitu yang menyangkut tata cara berhubungan dengan Allah Swt. maupun sesama makhluk dan semua ciptaan Allah Swt. (Anshari,1993: 146).

Sedangkan menurut Ali Aziz dalam bukunya Ilmu Dakwah, materi dakwah secara global juga diklasifikasikan menjadi tiga masalah pokok, yaitu:

#### 1) Masalah Keimanan (akidah)

Masalah pokok yang menjadi materi dakwah adalah akidah Islamiyah. Aspek akidah inilah yang akan membentuk moral (akhlak) manusia. Selain tentang tauhid, materi tentang akidah Islamiyah juga terkait dengan ajaran tentang adanya malaikat, kitab suci, para Rasul, hari akhir, dan takdir baik dan buruk. Dengan demikian ajaran pokok dalam akidah mencakup rukun iman.

#### 2) Masalah Syari'ah

Syari'ah berperan sebagai peraturan-peraturan lahir yang bersumber dari wahyu mengenai tingkah laku manusia. Syari'ah Islam sangatlah luas dan fleksibel. Akan tetapi, tidak berarti Islam dengan mudah menerima setiap pembaharuan yang ada tanpa adanya filter.

Syariah dibagi menjadi dua bidang, yaitu ibadah dan muamalah. Ibadah adalah cara manusia berhubungan dengan Tuhan. Dalam hal ini yang berkaitan dengan ibadah adalah rukun Islam (Sanwar, 1995: 76). Sedangkan muamalah adalah ketentuan

Allah yang langsung berhubungan dengan kehidupan sosial manusia, seperti warisan, perkawinan, jual beli, pendidikan dan kesehatan.

### 3) Masalah Akhlak

Ajaran tentang nilai etis dalam islam disebut akhlak. Materi akhlak dalam Islam adalah mengenai sifat dan kriteria perbuatan manusia serta berbagai kewajiban yang harus dipenuhi. Karena semua manusia harus mempertanggung jawabkan setiap perbuatannya. Maka Islam mengajarkan kriteria perbuatan dan kewajiban yang mendatangkan kebahagiaan bukan siksaan. Akhlak mencakup pada beberapa aspek, diantaranya:

- a) Akhlak kepada Allah, akhlak ini bertolak pada pengakuan dan kesadaran bahwa tiada Tuhan selain Allah.
- b) Akhlak terhadap diri sendiri.
- c) Akhlak terhadap sesama.
- d) Akhlak terhadap lingkungan, lingkungan disini adalah segala sesuatu yang berada disekitar manusia, baik binatang, tumbuhan, maupun benda-benda yang bernyawa.

#### d. *Wasilah* (Media Dakwah)

Yaitu alat atau media yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u*. *Wasilah* dibagi menjadi lima yaitu: lisan, tulisan, lukisan, audio visual dan akhlak. penjelasan dari kelima wasilah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Lisan, merupakan *wasilah* dakwah yang paling sederhana serta paling umum digunakan yang menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan *wasilah* ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan.
2. Tulisan, *wasilah* dakwah dengan tulisan dapat berbentuk buku, majalah, surat kabar, surat menyurat, spanduk, *flas card*.
3. Lukisan, *wasilah* dakwah dengan lukisan antara lain dengan gambar dan karikatur.
4. Audio visual, yaitu *wasilah* dakwah yang merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya, seperti televisi, film, internet.
5. Akhlak, yaitu perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran Islam dapat dinikmati serta didengarkan oleh *mad'u*.

e. *Thariqah* (Metode Dakwah)

Metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah (Islam) (Bachtiar, 1997: 34).

Dalam menyampaikan suatu pesan dakwah, metode sangat penting peranannya, suatu pesan walaupun baik, tetapi disampaikan lewat metode tidak benar, pesan akan ditolak oleh si penerima pesan.

Sementara itu menurut Toto Tasmara dalam bukunya Komunikasi Dakwah, pada dasarnya prinsip dari metode dakwah adalah:

1. Senantiasa memperhatikan dan menempatkan penghargaan yang tinggi atas manusia dengan menghindari prinsip-prinsip yang akan membawa pada sikap pemaksaan kehendak.
2. Peran hikmah dan kasih sayang adalah merupakan ide paling dominan dalam proses penyampaian ide dalam dakwah tersebut.
3. Bertumpu pada *human oriented*.
4. Didasarkan pada hikmah, dapat dipakai segala alat yang dibenarkan menurut hukum sepanjang masih menghargai hak-hak manusia.

Ketika membahas tentang metode dakwah pada umumnya merujuk pada QS. al Nahl/16: 125

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَدِلْهُم بِالَّتِي  
 هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ  
 بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk” (Depag RI, 1993: 421).

Dari ayat tersebut secara garis besar ada 3 pokok metode dakwah, yaitu:

1. *Hikmah*, yaitu berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitik beratkan pada

kemampuan mereka, sehingga dalam menjalankan ajaran-ajaran Islam selanjutnya, mereka tidak merasa terpaksa atau keberatan.

2. *Mauidhah Hasanah*, yaitu berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran-ajaran Islam dengan kasih sayang.

3. *Mujadalah*, yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran dan membantah dengan cara yang sebaik-baiknya dengan tidak memberikan tekanan-tekanan.

f. *Atsar* (Efek Dakwah)

*Atsar* berasal dari bahasa Arab yang berarti bekas, sisa atau tanda. *Atsar* (efek) sering disebut dengan *feed back* (umpan balik) dari proses dakwah ini sering kali dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian para *da'i*. Kebanyakan mereka menganggap bahwa setelah dakwah disampaikan maka selesailah dakwah.

Kegiatan dakwah harus diarahkan untuk memenuhi tiga aspek perubahan dari obyeknya, yakni perubahan pada aspek pengetahuannya (*knowledge*), aspek sikapnya (*attitude*), aspek perilaku (*behavioral*).

Berkenaan dengan ketiga hal tersebut, Jalaluddin Rahmat, menyatakan:

1. Efek kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau perspektif khalayak. Efek ini

berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi.

2. Efek afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan disenangi atau dibenci khalayak, yang meliputi segala yang berhubungan dengan, emosi, sikap serta nilai.
3. Efek *behavioral* merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan berperilaku (Aziz,2004: 456-457).

## **2.2. Pesan Dakwah**

### **2.2.1. Pengertian Pesan**

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan dari seseorang kepada orang lain, baik secara individu maupun kelompok yang dapat berupa buah pikiran, keterangan, pernyataan dari sebuah sikap (Cangara, 1998: 23).

Sementara Astrid mengatakan bahwa pesan adalah ide, gagasan, informasi dan opini yang dilontarkan seorang komunikator kepada komunikan, yang bertujuan untuk mempengaruhi komunikan kearah sikap yang diinginkan oleh komunikator (Astrid, 1997: 7).

Pesan adalah keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan seharusnya mempunyai inti pesan (tema) sebagai pengarah didalam usaha mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Pesan dapat disampaikan secara panjang lebar, namun yang perlu diperhatikan dan diarahkan kepada tujuan akhir komunikasi.

### **2.2.2. Sifat Pesan**

Sifat pesan melalui media massa adalah umum (publik). Media massa adalah sarana untuk menyampaikan pesan kepada khalayak, bukan untuk sekelompok orang tertentu.

Karena pesan komunikasi melalui media massa sifatnya umum, maka lingkungannya menjadi *universal*, mengenai segala hal, dan dari berbagai tempat diseluruh jagat. Pesan-pesan tersebut bisa mengenai politik, ekonomi, kebudayaan, militer, kemasyarakatan, dan sebagainya yang terjadi diseluruh dunia (Effendi, 2002: 53).

### **2.2.3. Cara Penyampain Pesan Yang Baik**

- a. Pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran yang dimaksud.
- b. Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju kepada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama dapat mengerti.
- c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak komunikan, dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan itu.
- d. Pesan harus menyarankan agar suatu cara untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok tempat komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

### **2.2.4. Dampak Pesan Dalam Berkomunikasi**

Yang penting dalam komunikasi adalah bagaimana caranya agar suatu pesan yang disampaikan komunikator itu menimbulkan dampak atau efek tertentu pada komunikan, dampak tersebut dapat diklasifikasikan menjadi:

1. Dampak *kognitif* adalah yang timbul pada komunikan yang menyebabkan dia menjadi satu tahu atau meningkat intelektualnya. Di sini pesan yang disampaikan komunikator ditujukan kepada pikiran si komunikan. Dengan lain perkataan, tujuan komunikator hanyalah berkisar pada upaya mengubah pikiran diri komunikan.
2. Dampak *afektif* lebih tinggi kadarnya dari pada dampak kognitif. Disini tujuan komunikator bukan supaya komunikan tahu, tetapi bergerak hatinya, menimbulkan perasaan tertentu, misalnya perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah, dan sebagainya.
3. Dampak *behavioral* adalah dampak yang paling tinggi kadarnya, misalnya dampak ini timbul pada komunikan dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan (Effendi, 2002: 7-33).

#### **2.2.5. Bentuk-bentuk pesan**

Dakwah menggunakan media cetak mengutamakan adanya materi yaitu pesan dakwah. Pesan mempunyai peranan untuk mempengaruhi massa dimana seseorang komunikator menyampaikan perangsang biasanya lambang-lambang dalam bentuk kata untuk mengubah tingkah laku (Effendi, 1993: 85).

Bentuk pesan sebagai suatu cermin diri (yakni keadaan internal) juga diterima secara luas dalam menggarap masalah persuasi dan perubahan sikap (Rahmat, 1995: 371-372). Dari sini diharapkan jika pesan disampaikan, diterima orang lain, maka penyampaian pesan mengharapkan adanya perubahan sikap pada orang tersebut. Kemudian sebagai suatu yang lahir dalam diri manusia. Pesan merupakan suatu bentuk tetap yang penting yang digunakan dalam ulsan teoritis, praktik, dan empiris tentang komunikasi manusia dan konsep pesan itu sendiri sangat beragam. Dalam keberagaman bentuk pesan yang mengarah kepada pembahasan hakekat pesan yang sebenarnya dalam suatu perspektif. Hakekat pesan terdiri dari:

1) *Tarbiyah* dan *ta'lim*

Ta'lim atau pengajaran adalah mengajar atau memberi pelajaran berdasarkan pengetahuan dan penyelidikan. Adapun tarbiyah atau pendidikan adalah mendidik manusia agar dengan pengetahuan dan penyelidikan yang telah dipelajarinya itu, ia benar-benar menjadi sadar akan hakikat keberadaan dirinya sebagai makhluk ciptaan Tuhan, yang pada akhirnya mampu memahami akidah dan syariah sebagai jalan kehidupan yang harus ditempuh.

2) *Tazkir* dan *tanbih*

Setelah mendapatkan pendidikan dan pengajaran yang dilandasi ilmu pengetahuan dan penyelidikan, agar pengetahuan yang telah didapat tidak dilupakan dan dapat diamalkan, maka manusia harus diingatkan dan disadarkan kembali pada pendidikan dan pengajaran yang sudah diterima.

Akan tetapi pesan dakwah Tazkir dan Tanbih diperuntukkan bagi orang-orang yang beriman karena ia sudah tahu dan bersedia melalui proses pengajaran dan pendidikan.

### 3) *Tarhib* dan *tabsyir*

Tarhib dan Tabsyir ini sesuai dengan sifat dan karakter manusiawi. Hakikatnya manusia adalah sosok makhluk yang mencintai kesenangan material, ingin mempunyai masa depan yang bahagia, senang terhadap penghargaan, ingin terhindar dari malapetaka, dan bencana.

Pendekatan yang digunakan pada Tarhib dan Tabsyir dapat dikategorikan menjadi dua bentuk pendekatan yaitu: Pertama, Ilustrasi berita pahala. Pendekatan ini bertujuan agar manusia berbuat kebajikan, berbakti, taat, dan patuh untuk melaksanakan perintah Allah SWT. Kedua, Ilustrasi janji dan ancaman atau sanksi. Ilustrasi janji ditujukan kepada orang yang berbuat dan bertindak positif, yaitu beriman, beramal shaleh, berbuat baik, berlaku adil dan sebagainya. Sedangkan ilustrasi ancaman ditujukan bagi orang yang berbuat dan berlaku negative, yaitu kekafiran, kemaksiatan, kezaliman, dan sebagainya (Muhiddin, 2002:64-80).

### 4) *Tarhin* dan *inzar*

*Tarhib* berisi ancaman untuk menakut-nakuti manusia yang suka melanggar larangan Allah Swt. Sedangkan *Inzar* menampilkan berita siksa bagi manusia yang tidak taat perintah dan larangan Allah Swt. Kedua pesan dakwah ini digunakan untuk berdakwah kepada manusia yang sudah beriman tapi masih gemar melakukan dosa.

Muhammad Ghazali mengemukakan beberapa contoh materi *tarhib* dan *inzar* yaitu penyebutan nama Allah Swt, pengungkapan bahaya bagi yang melanggar larangan Allah Swt, penegasan adanya bencana, penegasan adanya siksa kubur dan penegasan adanya hari kiamat dan neraka.

#### 5) *Qashas* dan *riwayat*

Dakwah dengan nada *qashas* dan *riwayat* yaitu menampilkan cerita-cerita masa lalu, baik orangnya ataupun kaumnya dengan segala akibat yang telah dialami itu baik atau buruk. Beberapa contoh gaya bahasa *qashas* dan *riwayat* yaitu kisah 25 Nabi, kisah dakwah para Walisongo, sejarah perjuangan para sahabat Nabi dalam menyebarkan agama Islam dan sebagainya (Hasjmy, 1974: 282-289).

#### 6) *Amar* dan *nahi*

*Amar* dan *nahi* berisi tentang perintah dan larangan. Di setiap perintah diikuti penampilan berita pahala bagi yang mengerjakannya begitu pun disetiap larangannya diikuti dengan ancaman dan berita siksa bagi orang yang melarang. Pesan dakwah ini lebih dikenal dengan *amar ma'ruf nahi munkar*. Istilah *amar ma'ruf nahi munkar* dinyatakan sebagai istilah yang utuh mengajak kepada kebaikan dan mencegah kepada kemungkaran (Muhiddin, 2002: 45).

### 2.2.6. Karakteristik Pesan Dakwah

- a. Berasal dari Allah Swt. (*annahu min 'indillah*), maksudnya adalah Allah telah menurunkan wahyu melalui malaikat Jibril kepada Nabi Muhammad Saw. Selanjutnya Nabi Muhammad Saw. mendakwahkan wahyu tersebut untuk membimbing manusia kejalan yang benar. Wahyu Allah Swt. ini tidak diperuntukkan kepada bangsa tertentu dan untuk waktu tertentu, melainkan untuk seluruh umat manusia sepanjang masa.
- b. Universal artinya mencakup semua bidang kehidupan (*al-syumul*) dengan nilai-nilai mulia yang diterima oleh semua manusia yang beradap. Ajaran Islam mengatur semua hal-hal yang paling kecil dalam kehidupan manusia hingga hal yang paling besar. Dari masalah yang sangat pribadi dalam diri manusia hingga masalah kemasyarakatan.
- c. Umum untuk semua manusia (*al-'umum*)
- d. Ada balasan untuk semua tindakan (*al-Jaza' fil al-islam*)
- e. Seimbang antara idealitas dan realitas (*al-mitsaliyyah wa al-waqi'iyah*), seimbang merupakan posisi ditengah-tengah di antara dua kecenderungan. Dua kecenderungan yang saling bertolak belakang pasti terjadi dalam kehidupan manusia, misalnya : ketika ada manusia diliputi nafsu keserakahan pasti ada manusia yang tertindas. Islam mengatur hal ini dengan kewajiban zakat (Aziz, 2009: 342).

### **2.3. Tinjauan Surat Kabar**

### 2.3.1. Pengertian Surat Kabar

Dalam kamus komunikasi, surat kabar diartikan sebagai lembaran tercetak yang bersifat umum, isinya aktual, mengenai apa saja yang terjadi diseluruh dunia, mengandung nilai untuk diketahui khalayak pembaca (Effendy, 1986: 241).

Surat kabar atau koran secara leksikal berarti lembaran-lembaran kertas bertuliskan kabar (berita) dan sebagainya. Terbagi dalam kolom-kolom yang terbit setiap hari atau secara periodik (DEPDIKBUD, 1995: 525).

Sedangkan menurut Dja'far H Assegaf (1997: 43) surat kabar adalah penerbitan yang berupa lembaran yang berisi berita-berita, karangan-karangan dan iklan yang diisi cetak dan terbit secara tetap/ periodik dan dijual untuk umum.

### 2.3.2. Ciri dan Sifat Surat Kabar

Onong Uchjana Effendy dalam bukunya *ilmu, teori dan filsafat komunikasi* menyebutkan ciri-ciri surat kabar sebagai berikut :

#### 1. Publisitas

Yang dimaksud dengan publisitas (*publicity*) ialah penyebaran kepada publik atau khalayak. Karena diperuntukan bagi khalayak, maka sifat surat kabar adalah umum.

#### 2. Periodisitas

Maksudnya adalah keteraturan terbitnya suatu surat kabar, misalnya satu kali sehari, dua kali sehari, dapat pula satu kali atau dua kali seminggu.

### 3. Universalitas

Yang dimaksud dengan universalitas ialah kesemestaan isinya, beraneka ragam dan dari seluruh dunia

### 4. Aktualitas

Maksudnya adalah kecepatan suatu laporan tanpa menyampingkan pentingnya kebenaran berita.

Empat ciri surat kabar diatas dapat juga dikatakan empat syarat yang harus dipenuhi surat kabar, dan penerbitan yang tidak mempunyai satu ciri saja dari keempat ciri tersebut diatas bukanlah surat kabar.

Selain ciri terdapat juga sifat surat kabar yang diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Terekam: artinya berita-berita yang disiarkan oleh surat kabar tersusun dalam alinea, kalimat, dan kata-kata yang terdiri atas huruf-huruf yang dicetak pada kertas.
2. Menimbulkan perangkat mental secara aktif.
3. Pesan menyangkut kebutuhan komunikasi
4. Efek sesuai dengan tujuan

#### **2.3.3. Kelemahan dan Kelebihan Surat Kabar**

Surat kabar merupakan salah satu media massa penyebar informasi, menempati peran yang penting dalam masyarakat. Bersama media massa lainnya surat kabar saling mengisi dalam menjalankan misinya, sebab masing-masing mempunyai kekurangan dan kelebihan.

Kelebihan pada surat kabar ialah bahwa berita yang disiarkan atau dimuat dapat dibaca kapan saja dan secara berulang-ulang, surat kabar mudah dibawa kemana-mana, selain itu juga dapat dijadikan sebagai bukti otentik (dokumentasi). Ini berlainan dengan media yang lainnya (radio atau televisi), yang untuk menikmati berita yang disiarkannya, khalayak harus terus berada didepan pesawatnya (radio atau televisi).

Tetapi seperti halnya media lain, surat kabar pun memiliki kelemahan yaitu khalayak harus memiliki tingkat kemampuan membaca, sedangkan tingkat melek huruf dari masyarakat (Indonesia) sendiri masih rendah, apalagi untuk meningkatkan budaya baca.

#### **2.3.4. Isi Surat Kabar**

Bila kita membuka halaman demi halaman surat kabar, maka secara umum isinya dapat digolongkan kedalam tiga kelompok besar. **Kelompok pertama** adalah berita (*news*), **kelompok kedua** disebut opini (*views*) dan **kelompok ketiga** dinamakan iklan (*advertising*).

**Berita** dalam bahasa Inggris disebut *news*. Dalam *The Oxford Paperback Dictionary* terbitan *Oxford University Press* (1979), *news* diartikan sebagai “*information about recent event*” atau diartikan dalam bahasa Indonesia sebagai informasi tentang peristiwa-peristiwa terbaru. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia terbitan Balai Pustaka, berita diartikan sebagai laporan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat.

Belum ada definisi atau seperangkat definisi mengenai berita yang diterima secara universal. Banyak pakar yang mencoba merumuskan definisi berita, namun tidak ada satu pun yang dapat diterima sebagai rumusan yang tepat.

Kelompok berita, meliputi antara lain berita langsung (*straight news*), berita menyeluruh (*comprehensive news*), berita mendalam (*depth news*), pelaporan mendalam (*depth reporting*), berita penyelidikan (*investigative news*), berita khas bercerita (*feature news*), berita gambar (*photo news*).

**Opini (*views*)** adalah tulisan yang berisi pandangan, ide, opini, penilaian penulisnya tentang suatu masalah atau peristiwa (Romli, 2001:31)

Kelompok opini, meliputi tajuk rencana atau editorial, karikatur, pojok, artikel, kolom, esai dan surat pembaca.

### **2.3.5. Tinjauan Tentang Kolom**

Kolom menurut AS Haris Sumadiria dalam bukunya yang berjudul “*Menulis Artikel dan Tajuk Rencana*” adalah:

“Opini singkat seseorang yang lebih banyak menekankan aspek pengamatan dan pemaknaan terhadap suatu persoalan atau keadaan yang terdapat dalam masyarakat. Kolom lebih banyak mencerminkan cap pribadi penulis. Sifatnya memadat memakna”. (Sumadiria, 2004:3)

Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kolom diartikan sebagai “Ruang antara dua garis tegak pada lembar kertas atau halaman buku, lajur, bagian-bagian vertikal pada halaman cetak yang dipisahkan oleh

garis tebal atau ruang kosong (seperti dalam surat kabar), bagian khusus yang utama dalam surat kabar atau majalah". (Moeliono, 1996:514)

Kolom merupakan tulisan jurnalistik yang bersifat personal dan selalu ditulis oleh seorang individu dan biasanya kolom dilihat dari siapa yang menuliskannya. Jadi nama penulis dan judul tulisan sama-sama penting bagi sebuah kolom. Penulis kolom disebut kolumnis.

Kolom memiliki daya tarik tersendiri dibanding berita, karena kolom memiliki daya tarik personal yang kental. Kolom juga sering memiliki pengaruh yang besar bagi pembaca karena ditulis oleh orang yang kompeten dalam bidangnya, menguasai masalah tersebut sekaligus indah dalam menyampaikan gagasan tersebut.

Kolom memiliki beberapa ciri yaitu :

1. Ada aneka ragam kolom, jadi tidak satu macam kolom. Namun seringkali seorang penulis juga merangkap sebagai analisis berita (orang yang kompeten untuk menganalisis berita) dan komentator berita.

Ada tiga jenis kolom :

- a. Kolom esai/kolom editorial personal, yaitu kolom yang berisi esai atau bahasan tentang suatu hal, kolom editorial personal terdiri dari komentator berita, analisis politik, esai lepas, ulasan olahraga dan komentar yang bersifat advis atau tips.
- b. Kolom gosip, yaitu kolom yang berisi gosip yang menyangkut kehidupan kaum selebriti atau tokoh terkenal, di Indonesia belum ada

kolom yang khusus membahas kehidupan dunia selebriti kebanyakan adalah artikel *personal profile* (profil pribadi).

- c. Kolom humor yaitu kolom yang berisikan sentilan, sindiran dan bahasan yang bermuatan lucu, yang sifatnya menghibur dan menyenangkan pembaca
2. Kolom bukan merupakan pengembangan berita saja. Kolom bisa berupa hal-hal yang sudah lampau, hikayat masa silam yang dianalogikan dan diproyeksikan terhadap berita masa kini. Namun kolom bukan pengembangan berita, kolom hanya merupakan sudut pandang pembaca terhadap berita tersebut.
3. Kolom melayani tujuan yang penting. Kolom menciptakan kedekatan (*intimacy*) antara pembaca dengan penulisnya atau media cetak tersebut, melalui kontak personal. Hal ini dapat terjadi karena penulis berusaha memenuhi kebutuhan pembacanya. Ketertarikan pembaca pada tulisan ini harus dipertahankan, ketertarikan itu bisa karena ingin mendapatkan informasi, hiburan atau kepuasan tertentu

Meski berusaha untuk memenuhi kebutuhan pembacanya, sebuah kolom harus tetap memiliki tujuan. Saat ini kolom banyak diarahkan untuk mencapai tujuan yang lebih serius seperti mempengaruhi sikap dan mempertahankan pandangan tentang sesuatu hal.

Untuk menjadi penulis kolom (kolumnis) yang baik harus memiliki sudut pandang yang unik atau tersendiri (*sense of discernment*), kemampuan

analisis dan sintesis yang baik, serta pengalaman atau pengetahuan yang luas dan mendalam tentang banyak hal.

#### **2.4. Surat Kabar Sebagai Media Dakwah**

Media adalah segala sesuatu yang dapat di jadikan sebagai alat (perantara) untuk mencapai suatu tujuan tertentu, dengan demikian. Media dakwah adalah alat objektif yang menjadi saluran yang menghubungkan dai dengan umatnya, suatu elemen yang vital dan merupakan urat nadi dalam totalitas dakwah (Bahtiar, 1997: 35). Salah satu media yang cukup lama dikenal dan mudah di temui adalah media cetak, yang termasuk media ini adalah surat kabar, buku, majalah, dan lain-lain.

Dakwah melauai pers seperti koran, bulletin, dan majalah merupakan cara efektif untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Dikatakan efektif karena melalui penerbitan ide, gagasan, wawasan seseorang atau organisasi akan mudah disosialisasikan. Pers dapat mempengaruhi bahkan dapat menjadi agen perubahan masyarakat dengan mendorong. Mengkritik, memberi saran untuk perbaikan kemajuan masyarakat. Tanpa pers sulit dibayangkan bagaimana harus memasarkan ide dan gagasan kepadamasyarakat banyak yang tempat tinggalnya tersebar dalam suatu wilayah yang luas.

Pers yang dimaksud dalam skripsi ini adalah surat kabar, dimana dalam kamus komunikasi, surat kabar diartikan sebagai lembaran tercetak yang bersifat umum, isinya aktual, mengenai apa saja yang terjadi diseluruh

dunia, mengandung nilai untuk diketahui khalayak pembaca (Effendy, 1986: 241).

Surat kabar sebagai media dakwah memiliki keunggulan dari media lainnya bahwa berita yang disiarkan atau dimuat dapat dibaca kapan saja dan secara berulang-ulang, surat kabar mudah dibawa kemana-mana, selain itu juga dapat dijadikan sebagai bukti otentik (dokumentasi). Ini berlainan dengan media yang lainnya (radio atau televisi), yang untuk menikmati berita yang disiarkannya, khalayak harus terus berada didepan pesawatnya (radio atau televisi).

Menurut Abdul Munir Mul Khan dalam bukunya yang berjudul “ideologisasi Gerakan Dakwah” menyebutkan bahwa dakwah yang disampaikan dalam surat kabar, majalah, brosur-brosur, dan buku-buku bukan saja sampai pada orang yang hidup di zaman sekarang, tapi dapat sampai pada masyarakat yang hidup berabad-abad di zaman depan.