



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.”

Secara terminologis, dakwah mengandung pengertian menyeru manusia berbuat kebajikan dan melarang mereka dari perbuatan munkar agar mereka mendapat kebahagiaan dunia dan akhirat. Menurut tiga ayat al-Qur’an di atas juga tidak ada perintah berbuat dakwah dengan cara kekerasan. Itu menunjukkan bahwa Islam memang diturunkan sebagai rahmat bagi seluruh alam (M. Munir, 2006: 215).

Terdapat berbagai pandangan Ulama tentang pengertian dakwah secara istilah. Menurut Mansyur Amin, dakwah merupakan suatu aktifitas yang mendorong manusia memeluk agama Islam melalui cara yang bijaksana dan dengan materi ajaran Islam. Aktifitas dakwah tersebut dilakukan agar mereka mendapat kesejahteraan kini (dunia) dan kebahagiaan nanti di akhirat (Mansyur Amin, 1997: 2).

Tidak begitu berbeda dengan Mansyur Amin, A. Hasjmy mengartikan dakwah sebagai sebuah upaya mengajak manusia untuk mengerjakan dan mengikuti petunjuk Allah SWT. Menyeru mereka

berbuat baik dan melarang berbuat jelek agar mendapatkan bahagi di dunia dan di akhirat (Hasanuddin, 1996: 28).

Sedangkan Sri Astutik menganggap bahwa dakwah pada hakikatnya merupakan upaya aktif dan progresif yang dilakukan oleh seorang *da'i*, baik individu maupun kolektif dalam upaya menyampaikan ajaran Islam kepada umat yang dilakukan dengan metode dan media tertentu (cara dan sarana dakwah) agar mereka memperoleh kebahagiaan di dunia dan di akhirat (Sri Astutik, 2000: 40-41).

Dakwah juga dapat diartikan sebagai upaya untuk mengajak dan menyeru umat manusia, baik perorangan maupun kelompok kepada agama Islam sebagai pedoman hidup yang diridloi Allah SWT. Ajakan tersebut dapat diwujudkan dengan berbagai cara. Dapat mnggunakan seruan dengan *lisanul maqal* (cara lisan) maupun *lisanul khal* (perbuatan, sebagai contoh) guna mencapai kebahagiaan hidup kini di dunia dan nanti di akhirat (Zaini Muchtarom, 1997: 14).

Dari beberapa definisi yang dikemukakan oleh Ulama di atas, maka dapat dikatakan bahwa dakwah merupakan suatu upaya untuk menyeru, mengajak, memanggil maupun mengundang obyek dakwah (sasaran dakwah) yang dilakukan baik secara individual maupun terorganisir, dengan menggunakan metode dan media yang sesuai dengan kondisi obyek dakwah guna mencapai tujuan dakwah, yaitu terwujudnya suatu tatanan kehidupan yang diridhoi Allah SWT. yaitu kehidupan yang bahagia, baik di dunia maupun di akhirat.

Selain itu, dakwah juga mengandung proses transformasi nilai-nilai ajaran Islam yang bertumpu pada amar makruf nahi munkar. Transformasi disini merupakan sebuah paradigma yang mengandung dua dimensi strategis, yaitu dimensi *konsepsional normatif* dan *aksiologi praktis*, sebab dakwah bukan saja berupa pemahaman nilai keyakinan dan doktrin, akan tetapi lebih bertitik berat pada praktek keseharian.

2.1.2. Komponen-Komponen Dakwah

Sebagaimana amal ibadah yang lain, dakwah juga memiliki komponen-komponen penyusun. Antara komponen yang satu dengan komponen yang lain mempunyai hubungan yang saling mempengaruhi. Berikut adalah komponen-komponen dakwah tersebut:

1. Subyek Dakwah

Subyek dakwah merupakan orang yang menyampaikan pesan-pesan dakwah dan biasa disebut dengan istilah juru dakwah atau dai dan ada pula yang menyebutnya komunikator dakwah. Penyampaian pesan-pesan dakwah bisa dilakukan oleh perseorangan (individual) dan bisa juga oleh kelompok ataupun organisasi.

Hafi Anshari (1993: 104-105) mengemukakan bahwa keberadaan dai sangat menentukan keberhasilan dakwah, sebab kondisi masyarakat muslim di Indonesia pada umumnya masih bersifat *paternalistik* yakni masih sangat tergantung dengan sosok

seorang figur atau tokoh. Oleh karena itu, visi seorang dai, karakter, keluasan, kedalaman ilmu, keluhuran akhlak, kredibilitas, kapabilitas, akseptabilitas dan sikap-sikap positif lainnya sangat menentukan keberhasilan seorang da'i dalam menjalankan tugas dakwah. Inilah salah satu aspek yang ditunjukkan oleh Rasulullah SAW. di hadapan umatnya sehingga beliau mendapatkan keberhasilan yang gemilang dalam menjalankan tugas dakwah.

2. Obyek Dakwah

Obyek dakwah atau *mad'u* dan dapat disebut juga komunikan adalah manusia yang secara individual atau apapun kelompok menerima pesan-pesan dakwah. Keberadaan objek dakwah sangat berpengaruh terhadap keberhasilan dakwah seorang da'i. Apabila seorang da'i melakukan kesalahan dalam menganalisis dan merespon keadaan atau situasi yang dialami oleh objek dakwah, maka yang terjadi adalah tidak tercapainya tujuan dakwah secara maksimal.

Oleh karena masyarakat yang menjadi sasaran dakwah sangat heterogen dan memiliki pluralitas yang sangat tinggi dalam berbagai aspek, baik segi usia, jenis status sosial, tingkat ekonomi, jenis profesi, tradisi masyarakat, aspirasi politik dan keragaman aspek-aspek lainnya, maka seorang dai dituntut untuk memiliki kepekaan dan daya kreatif untuk mendeteksi dan merespon kondisi sosial riil masyarakat yang akan dihadapi.

Dalam hal ini maka seorang da'i sebelum terjun kelapangan untuk berhadapan dengan objek dakwah, setidaknya sudah mengetahui keberadaan objek dakwah melalui informasi-informasi yang diperoleh. Setelah itu baru dirumuskan metode dan materi dakwah yang akan disampaikan.

3. Materi Dakwah

Materi dakwah adalah suatu pesan yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u yang mengandung kebenaran dan kebaikan bagi manusia yang bersumber dari Al-Quran dan Hadits. Dengan demikian materi dakwah merupakan inti dari dakwah itu sendiri. Oleh karenanya hakikat materi dakwah tidak dapat terlepas dari tujuan dakwah.

Tujuan dakwah merupakan upaya pengaktualisasian pesan-pesan dakwah yang ingin dicapai dari aktifitas dakwah yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari guna terwujudnya tujuan dakwah, yaitu membumikan nilai-nilai yang terkandung dalam ajaran agama Islam demi terciptanya sebuah tatanan kehidupan yang diridhai oleh Allah SWT.

Asmuni Syukir membagi tujuan dakwah menjadi dua macam, yaitu tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umum dakwah adalah mengajak manusia, meliputi orang mukmin maupun orang kafir atau musyrik kepada jalan yang benar dan diridloi Allah SWT. agar hidup bahagia di dunia maupun di akhirat.

Sedangkan tujuan khusus yaitu mengajak umat manusia yang sudah memeluk agama Islam untuk selalu meningkatkan taqwanya kepada Allah SWT.(Asmuni Syukir, 1983: 15-18).

Pada dasarnya pesan dakwah (materi) yang akan disampaikan tergantung pada tujuan dakwah yang hendak dicapai. Namun secara global dapatlah dikatakan bahwa materi dakwah dapat diklasifikasikan menjadi tiga hal pokok yaitu:

1. Masalah akidah (keimanan)

Akidah dalam Islam adalah bersifat I'tiqod bathiniyah yang mencakup masalah-masalah yang erat hubungannya dengan rukun iman.akidah ini bukan saja pembahasannya tertuju pada masalah- masalah yang wajib diimani, akan tetapi materi dakwah meliputi juga masalah-masalah yang dilarang oleh sebagai lawannya, misalnya syirik (menyekutukan adanya Tuhan), ingkar dengan adanya tuhan, dan sebagainya.

2. Masalah syariah (keIslaman)

Syariah dalam Islam adalah hubungan erat dengan amal lahir (nyata) dalam rangka mentaati semua aturan atau hukum Allah guna mengatur hubungan antara manusia dengan Tuhannya dan mengatur pergaulan hidup antara sesama manusia.dengan adanya materi syariah ini maka tatanan sistem dunia akan teratur dan sempurna. Materi dakwah dalam bidang syariah ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang

benar, pandangan yang jernih, sehingga umat tidak terperosok kedalam kejelekan.

3. Masalah akhlaqul karimah (budi pekerti)

Akhlaq adalah suatu ilmu yang menjelaskan arti baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia kepada yang lainnya menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia dalam perbuatan mereka yang menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat. Materi akhlaq dalam Islam adalah mengenai sifat dan cerita perbuatan manusia serta sebagai kewajiban yang harus dipenuhi. Maka materi akhlaq membahas tentang norma luhur yang harus menjadi jiwa dari perbuatan manusia, serta tentang etika atau tata cara yang harus dipraktekkan dalam perbuatan manusia sesuai dengan jenis sasarannya. (Asmuni Syukir, 1983: 60-63).

Yang dimaksud dengan pesan dakwah tidak harus selalu memuat kata dakwah, tidak pula selalu harus ada ayat atau hadits yang dikutipnya. Selama ia berkomunikasi dengan mengandung ajakan atau pelaksanaan untuk bertambah iman dan taqwa kepada Allah, menampakkan kebenaran, keadilan, kemaslahatan dan seterusnya, dalam kehidupan sehari-hari yang merupakan implementasi dari tauhid, maka ia termasuk pesan dakwah (Syukriadi Sambas, 2004: 4).

4. Media Dakwah

Media dakwah merupakan salah satu unsur yang sangat penting diperhatikan dalam aktivitas dakwah. Sebab sebagai apapun metode, materi dan kapasitas seorang dai tanpa didukung dengan sebuah media yang tepat seringkali hasilnya kurang efektif.

Menurut A. Hasjmy, media dakwah dan sarana dakwah atau alat dakwah dan medan dakwah ada enam macam, yaitu:

- a. Mimbar (podium) dan khitobah (pidato atau ceramah)
- b. Qolam (pena)
- c. Masrah (pementasan) dan malhamah (drama)
- d. Seni suara dan Seni bahasa
- e. Madrasah dan surau
- f. Lingkungan kerja dan usaha

Dari sudut yang lain, Asmuni Syukir dalam bukunya *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, membedakan media dakwah menjadi lima bagian, yaitu:

- a. Lembaga-lembaga pendidikan formal

Pendidikan formal adalah lembaga pendidikan yang memiliki kurikulum. Siswa seajar kemampuannya, pertemuan rutin, dan sebagainya.

- b. Lingkungan keluarga

Keluarga adalah kesatuan sosial yang terdiri dari: ayah, ibu, dan anak atau kesatuan sosial yang terdiri dari beberapa keluarga yang masih ada hubungan darah.

- c. Organisasi-organisasi Islam

Organisasi Islam sudah tentu segala gerak organisasinya berazaskan Islam. Apalagi tujuan organisasi, sedikit banyak pasti menyinggung ukhuwah Islamiyah, dakwah Islamiyah dan lain sebagainya.

d. Hari-hari besar Islam

Sudah menjadi tradisi umat Islam Indonesia bahwa setiap tiba hari-hari besar Islam secara seksama selalu mengadakan peringatan. Di dalam peringatan tersebut hamper dapat dipastikan mengandung pesan-pesan dakwah.

e. Media Massa

Media massa meliputi: radio, televisi, surat kabar, tabloid, majalah, pamphlet, leaflet dan lain sebagainya.

Merujuk pada fungsi media massa yang merupakan produk dari sebuah social institution (lembaga kemasyarakatan) yang bernama pers yang menyajikan berbagai informasi kepada masyarakat mengenai fenomena yang senantiasa terjadi di masyarakat. Maka media massa mempunyai peluang yang sangat besar untuk memainkan peranannya sebagai media dakwah.

Dalam upaya mewujudkan media massa sebagai media dakwah tersebut, maka di samping dalam menyajikan informasi harus bersifat jujur, mendidik dan amanah serta berpegang pada Al-Qur'an dan Hadits. Itulah yang

membedakan media massa yang berbasis dakwah dan umum (R. Agus Toha Kuswata & Kuswara Suryakusuma, 1990: 102).

5. Metode Dakwah

Metode dakwah adalah cara yang ditempuh oleh subyek dakwah dalam melaksanakan tugasnya berdakwah (Anshari, 1983: 158). Sudah barang tentu dalam berdakwah diperlukan cara-cara tertentu supaya dapat mencapai tujuan dengan baik, untuk itu bagi seorang subyek perlu melihat kemampuan yang ada pada dirinya dan juga melihat secara benar terhadap obyek dalam segala seginya. Dari sumber metode-metode yang merupakan operasionalisasinya yaitu dakwah dengan lisan, tulisan, seni dan bil hal (Bachtiar, 1997: 34).

a. Metode Dakwah Persuasif

Menurut persepsi William J. McGuire (dalam Jumantoro, 2001: 149), persuasi diartikan sebagai tujuan mengubah sikap dalam dan tingkah laku orang baik dengan tulisan ataupun ucapan. Oleh karenanya dakwah persuasif dapat diartikan sebagai upaya merealisasikan ajaran Islam dalam segala segi kehidupan manusia, baik dengan dakwah billisan (pidato, khutbah dan lain-lain), ataupun memanfaatkan teknologi cetak (media massa) sebagai medianya.

b. Metode Dakwah Dengan Hikmah.

H. M Masyhur Amin (1997: 21-25) menjelaskan bahwa kata hikmah ini mengandung tiga unsur di dalamnya, yaitu:

- 1) Unsur ilmu, yaitu pengetahuan tentang yang hak dan yang batil berikut ilmu tentang rahasia, faidah dan seluk beluk.
- 2) Unsur jiwa, yaitu menyatunya ilmu tersebut ke dalam jiwa sebagai ahli hikmah, sehingga ilmu tersebut mendarah daging.
- 3) Unsur amal perbuatan, yaitu ilmu pengetahuan yang menyatu kedalam jiwa itu mampu memotivasi diri untuk berbuat. Dengan kata lain, perbuatan itu dimotori oleh ilmu yang menyatu ke dalam jiwanya. Amal perbuatan ini bisa dalam bentuk sikap dan kepribadian atau bisa juga dalam bentuk amal jariyah yang bermanfaat bagi masyarakat dan bisa dijadikan sebagai teladan.

c. Dengan *Maw'idzah Hasanah*

Mauidzah hasanah dalam berdakwah berarti memberi nasehat dengan bahasa yang baik dan dapat menggugah hati, sehingga objek dakwah dapat menerima apa yang dinasehatkan.

d. Dengan *Mujadalah*

Artinya berdakwah dengan jalan mengadakan tukar pikiran yang sebaik-baiknya. Imam Al Ghazali dalam kitabnya "*Ihya Ulumuddin*", yang dikutip Amin (1997: 30) mensyaratkan antara lain agar orang-orang yang melakukan mujadalah itu, tidaklah beranggapan bahwa yang satu sebagai lawan bagi yang

lannya. Tetapi mereka menganggap bahwa para peserta mujudalah itu sebagai kawan yang saling tolong-menolong di dalam mencari kebenaran.

Sementara ulama' yang lain melalui sudut pandang yang berbeda menggolongkan metode dakwah menjadi sebelas, yaitu:

a. Metode Ceramah (Retorika Dakwah)

Ceramah adalah suatu metode dakwah yang banyak diwarnai oleh ciri karakteristik bicara dari seorang dai. Ceramah dapat pula bersifat proganda, kampanye, berpidato, khutbah, sambutan, mengajar, dan sebagainya.

b. Metode Tanya jawab

Metode Tanya jawab adalah penyampaian materi dakwah dengan cara mendorong obyek dakwah untuk menyatakan suatu hal yang belum dimengerti sementara da'inya memberikan jawaban.

c. Debat (mujadalah)

Debat adalah metode dakwah dengan cara adu argumen. Debat yang dimaksud disini adalah debat yang baik, adu argument dan tidak tegang (ngotot) serta tidak sampai terjadi pertengkaran. Debat pada dasarnya mencari

kemenangan, dalam arti menunjukkan kebenaran dan kehebatan Islam.

d. Percakapan antar pribadi (percakapan bebas)

Percakapan antar pribadi atau individual conference adalah percakapan bebas antara seorang da'i dengan individu-individu sebagai sasaran dakwahnya. Percakapan pribadi ini bertujuan untuk menyampaikan pesan dakwah.

e. Metode Demonstrasi

Yaitu berdakwah dengan cara memperlihatkan suatu contoh, baik berupa benda, peristiwa, perbuatan, dan sebagainya. Artinya, suatu metode dakwah, dimana seorang da'i memperlihatkan suatu atau mementaskan sesuatu terhadap sasarannya (massa), dalam rangka mencapai tujuan dakwah yang ia inginkan.

f. Pendidikan dan Pengajaran Agama

Pendidikan dan pengajaran dapat pula dijadikan sebagai metode dakwah. Sebab dalam definisi dakwah telah disebutkan bahwa dakwah dapat diartikan dengan dua sifat, yaitu bersifat pembinaan, melestarikan dan membina agar tetap beriman dan pengembangan sasaran dakwah.

g. Mengunjungi Rumah (silaturahmi atau home visit)

Metode dakwah ini sangat efektif dalam rangka mengembangkan maupun membina ummat Islam, yaitu

dengan cara mengunjungi rumah atau silaturahmi atau home visit

h. Metode Konseling

Konseling adalah penelitian timbal balik diantara dua orang individu dimana seorang (konselor) berusaha membantu yang lain(klien) untuk mencapai pengertian tentang dirinya sendiri dalam hubungannya dengan masalah-masalah yang dihadapinya pada saat ini dan pada waktu yang akan datang. Metode konseling memperkuat wawancara secara individual dan tatap muka antara konselor sebagai pendakwah dan klien sebagai mitra dakwah untuk memecahkan masalah.

i. Metode Karya Tulis

Metode ini termasuk dalam kategori dakwah bi al-qalam (dakwah dengan karya tulis). Tanpa tulisan, peradaban dunia akan lenyap dan punah. Ada hal-hal yang mempengaruhi efektivitas tulisan, antara lain: bahasa, jenis huruf, format, media, dan tentu saja penulis serta isinya. Tulisan yang terpublikasikan bermacam-macam, antara lain: tulisan ilmiah, tulisan sastra, tulisan cerita, tulisan berita, dan lainnya.

j. Metode pemberdayaan masyarakat

Salah satu metode dalam dakwah bil al-hal (dakwah dengan aksi nyata) adalah pemberdayaan masyarakat, yaitu dakwah

dengan upaya untuk membangun daya dengan cara mendorong, memotifasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkannya dengan dilandasi proses kemandirian.

k. Metode kelembagaan

Metode lainya dalam dakwah bil al-hal adalah metode kelembagaan yaitu pembentukan dan pelestarian norma dalam wadah organisasi sebagai instrumen dakwah untuk mengubah perilaku anggota melalui institusi umpamanya, pendakwah harus melewati proses fungsi-fungsi manajemen yaitu: perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), penggerakan (actuating), dan pengendalian (controlling). Dalam pemaparan mengenai metode dakwah di atas dalam penggunaannya bergantung pada situasi dan kondisi. Artinya, dalam kondisi dan kebutuhan mad'u. analisa dan diagnosa terhadap kebutuhan riil mad'u menjadi kunci sukses dalam menemukan metode yang tepat untuk digunakan dalam proses penyampaian materi dakwah. Sehingga mad'u bisa cepat mencerna materi dakwah yang disampaikan melalui metode yang tepat dan handal dalam membaca kondisi riil mad'u (Asmuni Syukir, 1983: 104-162).

2.1.3. Majalah Sebagai Media Komunikasi Massa

Media massa adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan secara serentak kepada khalayak yang berbeda-beda dan tersebar di berbagai tempat. Alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan itu sendiri bisa berupa media cetak dan elektronik. Dimana kedua alat ini tidak lepas dari dunia pers (Asep Saeful Muhtadi & Agus Ahmad Safei, 2003: 17-18).

Tidak dipungkiri bahwa media massa merupakan produk dari pers. Dengan kata lain, pers merupakan sebutan dari suatu nama institusi sosial yang memproduksi media massa. Sedangkan fungsi media massa adalah terdiri dari dua hal penting, yaitu fungsi pendidikan (education) dan informasi. Merujuk pada penjelasan mengenai media massa, pers dan komunikasi massa, dapat disimpulkan bahwa media massa adalah media komunikasi massa yang merupakan produk dari pers yang menyajikan berbagai informasi kepada masyarakat mengenai fenomena-fenomena atau gejala-gejala sosial yang terjadi di tengah-tengah kehidupan masyarakat. Baik yang menyangkut masalah sosial, ekonomi, budaya, politik maupun berbagai sektor kehidupan masyarakat lainnya.

Selanjutnya, media massa dan pers berperan sebagai (perantara) terjadinya proses komunikasi massa. Dengan adanya media massa setidaknya dapat diambil beberapa keuntungan. *Pertama*, kehadiran media massa dapat digunakan sebagai salah satu media yang mampu memberikan informasi kepada masyarakat, baik secara pendidikan, hiburan, maupun pencerahan. *Kedua*, kehadiran

media massa di tengah-tengah kehidupan masyarakat dapat dimanfaatkan sebagai media komunikasi yang cukup efektif antara berbagai lapisan masyarakat di berbagai penjuru wilayah. *Ketiga*, kehadiran media massa dapat difungsikan sebagai alat kontrol sosial dan control terhadap institusi pemerintah yang cukup efektif, baik dalam segi berjalannya pemerintahan maupun perpolitikan. Namun, hal tersebut dapat terlaksana dengan syarat media massa harus mampu bersikap independent. *Keempat*, media massa juga dapat difungsikan sebagai sarana untuk meminimalisir jumlah angka pengangguran yang ada di masyarakat. Tugas tersebut dapat dilakukan dengan cara merekrut dan memberdayakan masyarakat sebagai crew (Sumber Daya Manusia) dalam media massa yang bersangkutan. Mengingat betapa pentingnya keberadaan media massa di tengah-tengah kehidupan masyarakat, maka sudah selayaknya menjadi tugas bersama untuk melestarikan dan mengontrol agar media massa tersebut dapat bersikap independen. kehadiran media massa sangat urgen untuk terus dilestarikan dan dikembangkan ditengah-tengah kehidupan mereka.

2.2. Majalah Sebagai Media Dakwah

Majalah (*magazine*) berarti *a general storehouse* atau gudang yang berisi beraneka ragam informasi. Atau diartikan sebagai penerbitan periodikal, maksudnya alat komunikasi yang berbentuk publikasi yang terbit berkala, umumnya seminggu sekali, sebulan sekali, atau pada waktu-waktu tertentu (Kasman, 2004: 196).

Majalah merupakan salah satu jenis dari media massa. Tidak sedikit majalah beredar dan dibaca seluruh masyarakat Indonesia. Peluang tersebut dapat diambil oleh aktifis media untuk melakukan apa saja, termasuk bisnis, iklan, pencitraan, penyampai pesan, dakwah dan lain sebagainya. Dengan alasan tersebut, maka sangat mungkin jika para da'i memanfaatkan majalah sebagai media dakwah mereka.

Dengan adanya berbagai rubrik yang disediakan dalam suatu majalah, maka akan sangat memungkinkan suatu majalah diperankan dalam beberapa fungsi sekaligus. Kenyataan tersebut semakin menambah daya tarik majalah diantara media-media yang lain. Alasan lain adalah dakwah melalui media massa jauh lebih efektif dan efisien, terutama bagi khalayak yang sibuk seperti sekarang ini.

Khalayak yang sibuk dengan segala aktifitasnya tidak mungkin untuk mengikuti atau mendengarkan secara langsung pesan-pesan da'i dalam sebuah mimbar ataupun secara live di radio ataupun televisi. Dengan alasan itu, maka majalah atau media massa pada umumnya memiliki keistimewaan dari media-media yang lain. (Saeful Muhtadi & Agus Ahmad Safei, 2003: 17-18).

2.3. Analisis isi

Dalam usaha mengetahui substansi yang terkandung dalam suatu majalah (media massa) kita harus cermat mengamati dan menelaah secara konstruktif. Hal tersebut dilakukan agar tidak terjadi analisis yang salah atas media tersebut. Untuk mengetahui pesan apa yang dibawa oleh suatu majalah

(media massa), setidaknya ada beberapa teori untuk menganalisis media tersebut. Salah satu teori yang dapat digunakan untuk menganalisis adalah analisis isi.

Analisis isi merupakan salah satu bentuk metode penelitian yang digunakan untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang. Analisis isi juga dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi: surat kabar, buku, puisi, lagu, cerita, rakyat, lukisan, pidato, surat, peraturan, Undang-undang, musik, teater dan sebagainya.

Analisis isi media kualitatif lebih banyak dipakai untuk meneliti dokumen yang dapat berupa teks, gambar, symbol dan sebagainya untuk memahami budaya dari suatu konteks social tertentu. Dalam analisis isi media kualitatif ini semua jenis data atau dokumen yang dianalisis lebih cenderung disebut dengan istilah "Teks" apapun bentuknya gambar, tanda (sign) symbol, gambar bergerak (moving image) dan sebagainya. Atau dengan kata lain yang disebut dokumen dalam analisis isi kualitatif adalah wujud dari representatif atau disimpan untuk dianalisis.