

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

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 individu maupun secara kelompok supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian kesadaran, sikap penghayatan serta pengalaman terhadap ajaran agama sebagai pesan yang disampaikan kepadanya tanpa adanya unsur-unsur paksaan.

Dakwah dalam bentuk lisan adalah penyampaian informasi atau pesan dakwah melalui lisan (ceramah atau komunikasi langsung antara subyek dan obyek dakwah). Dakwah ini disebut dengan *khithabah* dakwah jenis ini akan menjadi efektif bila: disampaikan berkaitan dengan hari ibadah seperti khutbah jumat atau khutbah hari raya, kajian yang disampaikan menyangkut ibadah praktis, konteks sajian terprogram, disampaikan dengan metode dialog dengan hadirin.

Sedangkan dakwah melalui tulisan biasa disebut dakwah kitabah (dakwah melalui tulisan), yaitu proses penyampaian ajaran Islam melalui bahasa tulisan bisa berupa buku, majalah, jurnal, surat kabar, pamlet, brosur dan lain-lain yang berisikan pesan-pesan keIslaman. (Enjang AS & Aliyudin, 2009:60) Keuntungan lain dari dakwah model ini tidak menjadi musnah meskipun sang da'i, atau penulisnya sudah wafat.

Dakwah melalui tulisan sudah digunakan dan dikembangkan oleh zaman Rasulullah SAW dan para sahabatnya, seperti menulis surat dakwah kepada raja-raja maupun pemuka masyarakat. Aktivitas kenabian Rasulullah pun ditulis dan dikumpulkan sehingga menjadi sebuah karya jurnalistik Islam yang sampai saat ini dijadikan sebagai panutan umatnya.

Dunia pers mempunyai kekuatan besar dalam merekayasa opini publik. Hitam putih persepsi masyarakat banyak dibentuk oleh para jurnalis. Terkait dengan itu tidak sedikitpun media massa yang mulai mengarahkan orientasi beritanya ke arah misi dakwah. Artinya media massa berkeinginan untuk merebut dengan memanfaatkan momentum yang melingkupi kondisi bangsa Indonesia dengan melakukan pendekatan religius.

Surat kabar adalah salah satu media komunikasi yang merupakan kegiatan untuk menyampaikan pesan/berita kepada khalayak ramai (massa), melalui saluran media, baik media cetak maupun media elektronik. Oleh karena itu, surat kabar lebih menekankan nada informatif, namun terdapat juga nada persuasif.

Media cetak memiliki pengaruh yang sangat penting dalam kestabilan sosial. Dengan adanya jurnalisme dakwah, maka media cetak memiliki warna yang lebih variatif, selain itu juga, wajah media cetak pun lebih berparas Islami. Contoh lainnya, disaat *Kompas*, *Bali Pos*, dan media lainnya mengecam Islam saat terjadi pengeboman di Bali, citra Islam menjadi buruk. *Republika* hadir dengan informasinya seputar Islam yang dapat mencegah perusakan citra Islam itu.

Surat kabar memiliki pengaruh langsung yang sangat kuat kepada pembacanya. Pesan-pesannya ikut mewarnai kesadaran setiap individu melalui

cara-cara yang sangat halus. Lalu, surat kabar mampu menggerakkan perilaku massa sesuai dengan arah yang dikehendaki.

Disamping itu, realitas yang disajikan oleh surat kabar hanyalah realitas bentukan, surat kabar dalam hal ini berfungsi sebagai penerjemah, sebagai jembatan antara peristiwa dan publik pembaca. Peristiwa-peristiwa dunia yang sulit dipahami dapat diterjemahkan oleh surat kabar sesuai dengan bahasa dan logika yang dipahami pembacanya. Dengan demikian masyarakat dengan mudah akan dapat menangkap setiap pesan yang dikomunikasikan. Karena kekuatannya sebagai alat penerjemah ini, surat kabar dapat menampilkan realitas kedua, yakni realitas bentukan yang belum sesuai dengan realitas apa adanya.

Analisis terhadap berita ini, akan mengantar pembaca kepada pemahaman tentang latar belakang seorang penulis berita. Hal ini akan memberikan dampak positif terhadap pembaca. Pembaca akan lebih memahami tafsir berita, kenapa dan mengapa berita itu ditulis dan disebarluaskan kepada khalayak sehingga pembaca dapat menghindari masuknya ideologi penulis berita.

Unsur berita *what, who, why, when, where, dan how* (5W + 1H), dapat dijadikan sebagai alat untuk memasukan misi dakwah, yaitu dengan menonjolkan nilai-nilai positif-negatif di antara 5W+1H. Secara perlahan, nilai-nilai yang positif akan menjadi panutan dan yang negatif akan ditinggalkan.

Jika dikaitkan dengan teori komunikasi massa, maka dapat disesuaikan dengan Agenda Setting Theory, yaitu suatu teori yang meyakini dan meramalkan bahwa media tidak mempengaruhi sikap khalayak, namun media berpengaruh terhadap apa yang dipikirkan khalayak. Dengan kata lain apa yang dianggap

penting oleh media, akan dianggap penting pula oleh masyarakat. Singkatnya, media lebih memilih informasi berdasarkan informasi dari media, khalayak akan membentuk persepsi tentang peristiwa (Sita Karlinah, 2008 : 9.30)

Jadi, dapat dikatakan bahwa media mampu menggiring opini publik kepada suatu fakta tertentu melalui *setting* terhadap informasi yang akan dijadikan sebagai berita. Maka, pada tahap inilah misi dakwah dapat berjalan dan informasi yang dianggap tidak memihak kepada dunia muslim dapat ditunda pemberitaannya dan beralih kepada pemberitaan yang bernilai dakwah.

Lalu, bagaimana kekuatan surat kabar itu dapat digunakan untuk kepentingan dakwah? Dilihat dari perspektif Islam, sesungguhnya terjadi tarik menarik antara fungsi dakwah dengan fungsi surat kabar. Karena dakwah juga berfungsi memberikan informasi, mendidik umat, dan menghibur, maka sepanjang fungsi surat kabar ditujukan bagi pengembangan nilai-nilai etis religius, maka secara kebersamaan fungsi dakwah dengan fungsi surat kabar saling berkaitan. Hal ini di dukung oleh adanya kaidah etika jurnalistik yang melekat dalam diri setiap insan pers yang tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam.

Keberadaan surat kabar mendapat tempat dalam aktifitas dakwah Islam. Banyak ayat Alquran yang merangsang umat ke arah pemikiran yang kritis, mencari kebenaran, menggalakan penulisan, kajian, dan menyebarkan ilmu pengetahuan dan informasi. Selain itu, aktifitas dakwah pada zaman ini tidak cukup dengan hanya *oral communication system* (dakwah *bil lisan*) atau dakwah *bil hal*, tetapi dituntut untuk lebih menguasai kecanggihan teknologi dengan segala bentuk pirantinya.

Karena disampaikan melalui surat kabar, maka dakwah harus menggunakan bahasa dan daya jangkau akal pikiran manusia agar nilai-nilai normatif itu mudah dibumikan menjadi perilaku positif. Figur *da'i* yang pemikir dan penulis seharusnya profesional dan komunikatif serta mengerti betul tentang Islam dalam pemahaman integral, memiliki loyalitas dan dedikasi yang tinggi, istiqomah dan kreatif, mempunyai daya jangkau masa depan dengan berawal dari garis strategis yang mantap, serta berencana dan berdampak multidimensional.

Selain itu kondisi *mad'u* harus selalu diperhatikan. Dengan melihat kondisi *mad'u* yang sekarang, berdakwah melalui pers harus mampu memilih tema dan sasaran yang tepat. Dengan pesan tertulis membuat *mad'u* (pembaca) memahami akan suatu hal yang terkandung dalam pesan dakwah tersebut. Hal tersebut sebagaimana dikatakan oleh Asep Syamsul M. Romli, S. mengatakan :

“Kemajuan pers mengantarkan peradaban dunia berciri global, sehingga tidak seorangpun kini dapat melepaskan diri dari media *exposure secara total*. Surat kabar memiliki kekuatan raksasa dalam mempengaruhi dan menggerakkan massa. Menggunakan surat kabar sebagai penyampai pesan dakwah, akan mampu meningkatkan harga diri, menumbuhkan rangsangan yang baik dan dapat meningkatkan nilai-nilai artistik masyarakat. Fungsi dakwah di surat kabar mengutamakan kepentingan pembaca, mengusahakan peningkatan kecerdasan dan kesejahteraan melalui informasi. Surat kabar harus mampu menjadi media dan corong kemajuan bangsa, Jurnalisme profetik, agen pemersatu (*unifikator*), dan sebagai alat komunikatif dialogis dengan menggunakan bahasa yang persuasif sofistikatif”. (Asep Syamsul M. Romli, S, 2005:130-131)

Oleh sebab itu, *da'i* harus mengerti kebutuhan objek dakwah sehingga dalam memformulasi isi (pesan) dapat menggunakan teknik-teknik jurnalisme. Menggunakan surat kabar sebagai penyampai pesan dakwah akan mampu meningkatkan minat baca pada masyarakat, menimbulkan rangsangan yang baik, dan dapat meningkatkan nilai-nilai artistik masyarakat. Informasi dakwah yang

disampaikan melalui surat kabar, bukan saja bertujuan agar orang mengerti dan memahami isi informasi tersebut. Dengan demikian kegiatan dakwah akan berisi proses sosialisai ide dan konsep-konsep internalisasi ide.

Harian Republika adalah harian umum nasional yang dilahirkan oleh kalangan komunitas muslim bagi publik di Indonesia, penerbitan tersebut merupakan puncak dari upaya panjang bagi kalangan umat Islam, khususnya para wartawan professional muda yang telah menempuh berbagai langkah. Kehadiran Ikatan Cendikiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) kemudian dapat menembus perbatasan ketat pemerintah untuk izin penerbitaan saat itu yang kemudian memungkinkan upaya-upaya tersebut berbuah.

Republika terbit permata kali tanggal 4 januari 1993 dibawah bendera PT Republika Media Mandiri, salah satu anak perusahaan PT Abdi Bangsa. Harian umum ini pada dasarnya bersifat idealis, atrinya harian tersebut didirikan dengan tujuan politis ideologis. Menurut David T. Hill, Republika dibangun setelah ICMI mengidentifikasi masalah “musuh bersama” , yaitu kelompok minoritas yang menguasai konglomerasi media yang sengaja menutupi kegiatan-kegiatan Islam secara profesional.

Kelahiran Republika merupakan salah satu bagian dari program yang digagas atau dipelopori oleh bentuk program langsung dari unit badan otonom ICMI. Terbentuk atau berkembang PINBUK dengan ribuan BMT, Asuransi Tafakul, Bank Muamalat Indonesia, Harian Republika, YAAB-Orbit, Masika, Alisa Khadijah, Mufakat, MKPD, Wisma Sakinah, CIDES, Wakaf Buku, Maffikib, Yayasan Bumi, dan LPBH.

Di Indonesia, menyusul kelahiran ICMI oleh kaum cendekiawan muslim, lahir Bank Muamalat Indonesia dan beberapa lembaga keuangan syariah lain, seperti asuransi dan lembaga pembiayaan keuangan nonbank. Dan dari kelompok sosial inilah muncul gagasan menerbitkan Harian Umum Republika yang mulai terbit 4 Januari 1993, dengan dukungan ICMI, Harian Umum Republika kemudian dapat terdistribusi luas diberbagai daerah dan langsung menarik minat pembaca muslim khususnya yang tinggal diwilayah perkotaan.

Penerbitan Republika dinilai menjadi bagi umat Islam. Sebelum masa itu, aspirasi umat Islam tidak mendapat tempat dalam wacana nasional. Kehadiran media ini bukan hanya memberi aluran bagi aspirasi tersebut, namun juga menumbuhkan pluralism informasi di masyarakat. Oleh karena itu, kalangan umat Islam kemudian antusias memberi dukungan, antara lain dengan membeli saham sebanyak satu lembar saham perorang. Dan PT Abdi Bangsa Tbk sebagai penerbit Republika pun menjadi perusahaan media pertama yang menjadi perusahaan publik. Berikut ini adalah contoh Rubrik Hikmah pada Koran Republika.

Rubrik Hikmah edisi 16 Desember 2013, oleh Imam Nawawi dengan judul “Kunci Kebahagiaan”.

Sudah pasti, tak satupun manusia menginginkan kesengsaraan. Sebaliknya seluruh manusia mendambakan kebahagiaan. Tetapi dunia adalah “pentas” yang Allah sediakan untuk melihat bagaimana prilaku manusia kala menerima qadha dan takdir-Nya.

Sudah sunatullah dalam hidup ini ada yang kaya ada yang miskin. Bagi Allah perkara yang paling penting dari seorang hamba adalah bagaimana sikapnya dalam

menerima takdir-Nya. Apakah tetap melakukan amal terbaik dalam segala kondisi (QS. Al-Mulk : 2) atau tidak ?

Soal kaya dan miskin tidak semata-mata di tentukan hukum kausalitas (sebab-akibat). Dan, kebahagiaan di dalam Islam tidak bisa dibeli dengan materi. Sejauh ini masih ada anggapan siapa yang rajin dan berilmu pasti ia akan mendapatkan kekayaan dunia.

Di sisi lain, kaya atau tidak manusia di dunia, itu bergantung dari niat di dalam hatinya. Jadi, akan mengejar apa seorang manusia sangat ditentukan oleh niatnya.

Di dalam Alquran Allah menegaskan, “Barang siapa yang menghendaki kehidupan dunia dan perhiasannya, niscaya kami berikan kepada mereka balasan pekerjaan mereka di dunia dengan sempurna dan mereka di dunia itu tidak akan dirugikan. Itulah orang-orang yang tidak memperoleh di akhirat, kecuali neraka dan lenyaplah di akhirat itu apa yang telah mereka usahakan di dunia dan sia-sialah apa yang telah mereka kerjakan.” (QS. 11 : 15-16).

Dalam tafsir Ibnu Katsir, Qatadah berpendapat, “Barang siapa yang menjadikan dunia ini sebagai tujuan, niat, dan sesuatu yang selalu ia kejar maka Allah akan memberikan balasan di dunia atas kebaikan yang telah ia lakukan, sehingga kita menuju alam akhirat kelak, tidak ada lagi kebaikan baginya yang dapat diberikan sebagai balasan. Sedangkan, seorang mukmin akan diberikan balasan di dunia atas kebaikan yang telah dilakukannya dan diberikan pula pahala atasnya kelak di akhirat.”

Sebagai muslim, kita mesti sadar bahwa Allah akan memberikan ujian kepada seluruh hamba-Nya. Entah itu berupa sedikit ketakutan, kelaparan, kekurangan harta, jiwa dan buah-buahan. (QS. 2 : 155).

Artinya, kebahagiaan itu adalah ketika kita mengimani bahwa hidup ini hakikatnya adalah ujian, sehingga hadir keridhaan terhadap qadha dan takdir Allah, ridha itu kuncinya kebahagiaan.

Nabi bersabda, “Akan merasakan indahnya iman (bahagia), orang yang Ridha Allah sebagai Rabbnya, Islam sebagai Agamanya, dan Nabi Muhammad SAW sebagai Rosul utusan Allah SWT.” (HR. Muslim).

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk mencermati dan menganalisis isi kolom hikmah di Harian Umum Republika dari perspektif nilai-nilai dakwah yang selanjutnya untuk kepentingan penelitian dimaksud, peneliti merumuskan sebuah judul yaitu ***“Materi Dakwah Rubrik Hikmah pada Surat Kabar Republika”***.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang masalah tersebut diatas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tinjauan teoritis tentang materi pada Rubrik Hikmah di Surat Kabar Republika ?
2. Bagaimana isi materi dakwah yang terdapat pada Rubrik Hikmah di Surat Kabar Republika ?
3. Bagaimana kategorisasi pesan materi dakwah yang terdapat pada Rubrik Hikmah di Surat Kabar Republika?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang :

1. Untuk mengetahui tinjauan teoritis materi pada Rubrik Hikmah Surat kabar Republika.
2. Untuk mengetahui isi materi dakwah yang dimuat pada Rubrik Hikmah di Surat Kabar Republika sebagai Surat Kabar bernilai Islami.
3. Untuk mengetahui kategorisasi pesan materi dakwah yang terdapat pada Rubrik Hikmah di Surat Kabar Republika sebagai media dakwah.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Adapun kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan yang ada dan dapat mendukung teori-teori keilmuan yang telah ada yang berkaitan dengan variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini, yaitu analisis nilai-nilai dakwah yang terdapat pada Rubrik Hikmah di Surat Kabar Republika.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat :

- a. Penulis : untuk menambah dan meningkatkan pemahaman serta kemampuan penulis dalam mendeskripsikan serta menginterpretasikan nilai-nilai dakwah yang terdapat pada Rubrik Hikmah di Surat Kabar Republika.

- b. Editor Rubrik Hikmah di Surat Kabar Republika : sebagai bahan masukan dan saran bagi editor Rubrik Hikmah di Surat Kabar Republika dalam menyeleksi dan menyunting tulisan untuk rubrik hikmah.
- c. Penulis rubrik hikmah : sebagai bahan masukan, saran, dan pertimbangan bagi penulis Rubrik Hikmah di Surat Kabar Republika dalam membuat tulisan agar lebih banyak menyampaikan pesan-pesan yang mengandung nilai-nilai kebaikan dan hikmah.
- d. Bagi peneliti lain : sebagai acuan atau referensi untuk mengadakan penelitian lebih lanjut.

E. Tinjauan Pustaka

Surat kabar adalah salah satu bentuk media cetak yang mengemas secara menarik dalam bentuk *news* (berita, *feature*), dan *views* (artikel, kolom, dan editorial). Surat kabar Republika memiliki warna yang lebih variatif dan berwajah media cetak berparas Islami. Salah satu rubrik pada Surat Kabar Republika yang mengemas pesan secara menarik, yaitu rubrik hikmah.

Rubrik hikmah salah satu rubrik yang menyediakan kegiatan untuk menyampaikan pesan/berita bernilai dakwah kepada khalayak ramai (massa) melalui rubrik tersebut. Salah satunya adalah penelitian Waseh, mahasiswa Fakultas Ushuludin dan Dakwah IAIN Sultan Maulana Hasanudin Banten, tahun 2010 tentang Fungsi Rubrik Hikmah pada Surat Kabar Republika Sebagai Media Dakwah. Dalam penelitiannya Waseh menyoroti fungsi rubrik ini sebagai media dakwah pada surat kabar Republika sebagai kegiatan berdakwah melalui tulisan, baik dalam bentuk *feature*, artikel, laporan, tajuk dan karya jurnalistik lainnya. Hasil

penelitian tersebut menerangkan bahwa fungsi surat kabar sebagai media dakwah dirasakan sangat efektif Karena dimaksudkan sebagai pesan dakwah, sudah barang tentu karya jurnalistik tersebut berisi ajakan dan seruan mengenai *amr ma'ruf nahi munkar*. Untuk itu pers dakwah harus bersifat dinamis, progresif dan antisipatif bagi proses pembentukan kepribadian Muslim yang tangguh, membangun tatanan kehidupan searah dengan ajaran Islam.

Dari paparan diatas penulis bermaksud meneliti bagaimana isi materi yang terdapat dalam rubrik hikmah, bagaimana kategorisasi materi dakwah yang di sajikan oleh rubrik hikmah sehingga materi dakwah itu dapat di pahami oleh para pembacanya.

F. Kerangka pemikiran

Media pers surat kabar memiliki fungsi utama yaitu sebagai penyampai informasi, pemberi hiburan, melakukan kontrol sosial dan mendidik masyarakat secara luas. Karena bentuk tulisannya yang disampaikan bersifat ganda dan sekaligus sebagai informasi yang menghibur.

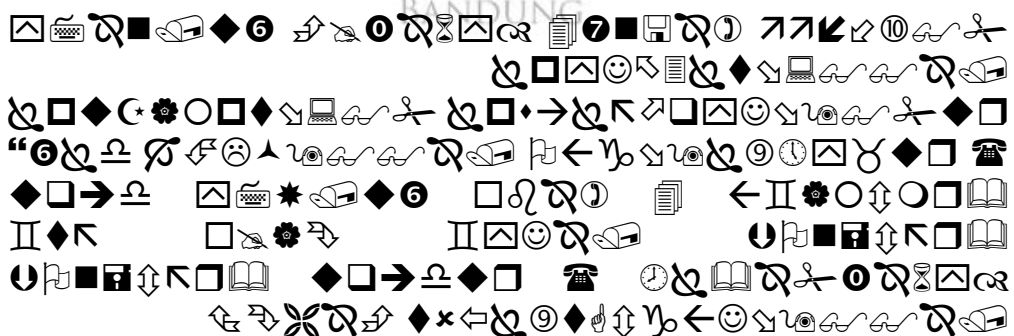
Fungsi pers adalah melayani kebutuhan informasi masyarakat. Dalam keadaan ini, pers mempunyai dua posisi, yaitu sebagai media komunikasi dari lembaga sosial. Sebagai media komunikasi, pers merupakan perpanjangan tangan dan perluasan kemampuan jasmani dan rohani manusia, sehingga harus senantiasa mengikuti kemajuan teknologi komunikasi. Hal tersebut sebagaimana dikatakan oleh Pamela J. Shoemaker, mengatakan sebagai lembaga sosial, pers merupakan bagian integral dari masyarakat, sehingga dipengaruhi oleh lembaga-lembaga sosial yang terdapat dalam satu sistem sosial. Pengaruh paling utama pers adalah

pembentukan peta kognitif tentang dunia ini. Sedangkan menurut Fred S. Siebert, et dalam buku al. *Four Theories of The Perss*, (Urbana, University of Lilinois Press, 1956), hlm 10, pers adalah :

“Sebagai lembaga sosial, pers sering dirumuskan sebagai sub sistem dari sistem sosial.Karena itu, pers tergantung dan berkaitan erat dengan masyarakat di tempat pers itu berada.Salah satu implikasinya adalah pers harus beroperasi sesuai dengan kehendak masyarakat di tempat pers itu berada.Kehendak masyarakat itu dapat dilihat dari keyakinan mereka tentang hakekat manusia, hakekat masyarakat dan negara, hubungan manusia dengan negara serta hakekat pengetahuan dan kebenaran”.

Surat kabar harian Republika adalah sebagai salah satu media cetak yang menyampaikan pesan keagamaan. Maka sangatlah menarik untuk di kaji, keberadaan media penyebaran pesan dakwah ini sudah jelas telah menyediakan peluang dan kesempatan yang besar bagi para penulis yang mampu berpartisipasi aktif dalam proses aktualisasi nilai ilmu dan amal dengan cara menyampaikan pesan-pesan dakwah melalui tulisan-tulisannya, yaitu dakwah *khitabah*.

Dakwah melalui surat kabar hendaknya disampaikan kepada umat dengan penuh hikmah, dengan cara yang baik, lemah lembut, dan penuh kesabaran, serta dengan argumen yang terbaik seperti yang di jelaskan dalam Q.S. An-Nahl : 125.



“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya tuhanmu, Dia-lah yang lebih mengetahui siapa yang sesat

dari jalan-Nya dan Dia-lah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk”

Hasil penelitian menunjukkan bahwa surat kabar mampu mempengaruhi perilaku individu dan masyarakat sesuai pesan yang dikomunikasikan. Semakin berkualitas suatu pesan yang disampaikan maka secara ideal akan semakin besar pula pengaruhnya. Bahwa dakwah khitabah memberikan keefektifan dalam berdakwah melalui tulisan dan penerima pesan dakwah bisa siapapun membacanya. Serta dapat merubah perilaku terhadap pembacanya. Surat kabar sebagai media penyampai komunikasi menuntut pembacanya untuk secara aktif terhadap sesuatu perubahan yang lebih baik.

Oleh sebab itu, agar dakwah dapat mencapai sasaran-sasaran strategis jangka panjang, maka tentunya diperlukan suatu sistem manajerial jurnalistik, yang dalam banyak hal sangat relevan dan terkait dengan nilai-nilai dakwah. Keterampilan dakwah khitabah tidak hanya sekedar menyampaikan tulisan saja, melainkan harus memenuhi beberapa syarat, diantaranya mencari materi yang cocok, mengetahui tema dakwah yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat. Dengan menggunakan bahasa yang bijaksana dan sebagainya, maka dapat mempengaruhi, mendidik, dan juga bisa menghibur *mad'u* yang membacanya.

Surat kabar Harian Umum Republika adalah merupakan salah satu bentuk media cetak yang mengemas secara menarik dalam bentuk news (berita, feature,), dan views (artikel, kolom, dan editorial) dan memiliki warna yang lebih variatif dan berwajah media cetak berparas Islami. Salah satu rubrik pada Surat Kabar Republika yang mengemas pesan secara menarik, yaitu rubrik hikmah. Rubrik hikmah salah satu rubrik yang menyediakan kegiatan untuk menyampaikan

pesan/berita kepada khalayak ramai (massa) melalui rubrik tersebut. Sebagai harian umum yang terbit setiap hari, Republika merupakan media penyampai nilai-nilai dakwah dari penulis kepada pembaca. Karena mudah dijangkau dari segi harganya yang murah dan cara mendapatkannya pun sangatlah mudah.

Dengan demikian, tampak bahwa ada kesamaan antara fungsi dakwah dan fungsi pers (surat kabar), bahwa dakwah dan media yang disebut surat kabar atau harian umum mempunyai hubungan erat. Karena surat kabar sebagai penyampai dakwah kepada khalayak. Media cetak yang memiliki pengaruh yang sangat penting dalam kestabilan sosial.

G. Langkah-langkah Penelitian

Adapun langkah-langkah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi (*content analysis*), yang bertujuan untuk mengungkapkan pesan isi baik yang tersirat maupun yang tersurat dalam sebuah dokumentasi. Analisis ini digunakan untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang. Metode ini merupakan teknik untuk mendeskripsikan tujuan, sistematika, dan dekripsi kualitatif yang menunjukkan isi komunikasi yang tampak (Jalaludin Rakhmat. 1999 :89).

Menurut Alex Sobur dalam buku Analisis Teks Media, (Alex Sobur, 2012: 49), dari segi analisisnya, ciri dan sifat wacana itu dapat dikemukakan sebagai berikut:

- a. Analisis wacana membahas kaidah memakai bahasa di dalam masyarakat (*rule of use-menurut Widdowson*);
- b. Analisis wacana merupakan usaha memahami makna tuturan dalam konteks, teks, dan situasi (*Firth*);
- c. Analisis wacana merupakan pemahaman rangkaian tuturan melalui interpretasi semantik (*Beller*);
- d. Analisis wacana berkaitan dengan pemahaman bahasa dan tindak berbahasa (*what is said from what is done-menurut Labov*);
- e. Analisis wacana diarahkan kepada masalah memakai bahasa secara fungsional (*functional use of language-menurut Coulthard*).

Teknik yang dipakai dalam penelitian ini adalah teknik analisis isi (*content analysis*). Teknik ini dipakai untuk memahami isi nilai-nilai dakwah pada Rubrik Hikmah di Surat Kabar Republika. Aspek nilai-nilai dakwah yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah yang berkaitan dengan Alquran, Alhadis dan buku/kitab lainnya.

Pendekatan penelitian tentang Nilai-nilai dakwah pada Rubrik Hikmah di Surat Kabar Republika. Nilai-nilai dakwah pada Rubrik Hikmah di Surat Kabar Republika merupakan salah satu media penyampai nilai-nilai dakwah positif/kebaikan dari penulis kepada khalayak ramai (pembaca). Di dalam rubrik Hikmah, penulis berupaya menyampaikan ide/maksud tujuannya untuk dapat dibaca oleh masyarakat luas agar pembaca tersebut dapat memahami dan mengikuti apa yang disampaikan penulis. Sebagai harian umum yang terbit setiap hari, Republika merupakan media penyampai

nilai-nilai dakwah dari penulis kepada pembaca yang terjangkau, dari segi harganya murah dan cara mendapatkannya pun mudah. Dengan begitu, peran Rubrik Hikmah di Surat Kabar Republika dapat menjadi salah satu sarana penyampai dakwah (kebaikan) yang sangat efektif dan efisien.

2. Sumber Data

Sumber data adalah subjek utama dalam meneliti masalah di atas untuk memperoleh data-data kongkrit, adalah sumber data dalam penelitian ini adalah :

- a. Sumber data Premier, yaitu sumber data yang diperoleh langsung dari tulisan-tulisan pada Surat Kabar Republika dalam Rubrik Hikmah edisi bulan Desember sebanyak 24 lembar selama bulan Desember 2013.
- b. Sumber data sekunder, yaitu menjadi sumber data sekunder dari penelitian ini adalah buku-buku dan berbagai literatur yang berhubungan dengan Rubrik Hikmah pada Surat Kabar Republika.

3. Jenis Data

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini disesuaikan dengan teknik pencatatan data dan informasi yang tertuang dalam Harian Umum tersebut. Karena yang akan dianalisis adalah dimensi nilai-nilai dakwah yang terkandung dalam setiap Rubrik Hikmah Surat Kabar Republika, maka penulis membuat instrumen dalam bentuk format sebagai berikut.

TABEL 1.1

**Deskripsi Edisi, Judul, dan nama Penulis pada Rubrik Hikmah
pada Surat Kabar Republika**

No.	Edisi	Judul	Nama Penulis
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

TABEL 1.2

**Deskripsi Persebaran Alquran dan Alhadis Materi Dakwah Rubrik Hikmah
pada Surat Kabar Republika**

No	Edisi	Judul	Pesan Dakwah		
			Alquran	Alhadis	Alquran & Alhadis
1					
2					
3					
4					
5					
	Jumlah				
	Presentase				

uin
TABEL 1.3

Kategorisasi Isi Pesan Dakwah Rubrik Hikmah pada Surat Kabar Republika

No	Kategorisasi	Frekuensi	Σf	Presentasi
1.				
2.				
3.				
Jumlah				

TABEL 1.4

**Letak Edisi dan Halaman Kategorisasi Isi Pesan Dakwah dalam Rubrik
Hikmah Surat Kabar republika**

No	Kategori	Edisi	Keterangan (Paragraf)
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Membaca berkali-kali materi dakwah pada rubrik hikmah pada surat kabar Republika
- b. Mengelompokan setiap kalimat yang mengandung nilai Alquran, maupun Alhadis, pada rubrik hikmah pada surat kabar Republika.
- c. Mengelompokan setiap kalimat pada materi rubrik yang mengandung kategori pesan dakwah aqidah, syariah, akhlak.

5. Teknik Analisis Data

Dalam melakukan penelitian, langkah yang digunakan sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi nilai-nilai dakwah dari setiap rubrik hikmah.
- b. Mengklasifikasikan nilai-nilai dakwah dari setiap rubrik hikmah baik dari Alquran dan Alhadis.
- c. Menganalisis kategorisasi isi pesan dakwah pada rubrik hikmah.
- d. Menyimpulkan nilai-nilai dakwah yang terkandung di dalam setiap rubrik hikmah pada surat kabar Republika.
- e. Membuat presentase nilai-nilai dakwah yang dominan dan yang tidak dominan.

