

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah.**

Informasi dan berita pada saat ini dianggap sebagai suatu kebutuhan penting bagi masyarakat, sehingga menempatkan media massa pada saat ini sebagai alat komunikasi yang paling mujarab untuk mempengaruhi kehidupan manusia.

Media informasi yang berumur paling tua ini, selain dari radio dan televisi, media cetak mempunyai keunggulan yang tidak dipunyai oleh media informasi yang lainnya, yaitu informasi atau beritanya dapat dibaca berulang-ulang, menjadi sesuatu yang sangat berpengaruh dalam membentuk kehidupan sosial, ekonomi, budaya, politik maupun agama bagi pembacanya.

Dengan perkembangan media cetak seperti sekarang, peranan tersebut sebagai penghubung untuk menyampaikan segala macam informasi menjadi sangat mudah, masyarakat bisa menikmati berbagai macam informasi secara actual dan mendalam. Melalui media cetak pula, pesan-pesan disampaikan untuk membentuk opini khalayak secara umum.

Dengan proses komunikasi massa, yaitu penyampaian pesan melalui suatu lembaga dan berlangsung satu arah memfokuskan kepada fungsi pers yaitu menyampaikan informasi, edukasi, koreksi, rekreasi, dan mediasi, maka pers mempunyai peranan penting dalam penyampaian segala informasi dan berita

kepada masyarakat, informasi yang disusun dengan bahasa yang dapat mempengaruhi para pembacanya.

Lembaran-lembaran dalam surat kabar yang isinya dari pembagian di atas, dibatasi oleh rubrik, yang digunakan dalam suatu majalah, atau koran sebagai ruangan atau kolom-kolom yang memuat tentang berita-berita yang dibungkus dengan berbagai bentuk tulisan untuk mempermudah para pembaca guna menemukan berita yang diinginkan.

Media massa merupakan alat atau mediator yang efektif dalam publikasi dakwah, baik itu dakwah secara verbal maupun non verbal. Menurut Eriyanto<sup>1</sup> bahwa teks merupakan salah satu bentuk praktek ideologi, bahasa, tulisan, pilihan kata maupun struktur gramatika dipahami sebagai pilihan yang diungkapkan membawa makna ideologi tertentu dalam taraf memenangkan dukungan publik. Keberadaan produksi teks-teks media tentang wacana dakwah islam perlu dianalisis untuk mengetahui wacana apa saja yang dominan muncul dalam media massa tersebut. Sobur<sup>2</sup> menyatakan bahwa analisis wacana terhadap suatu teks media diperlukan untuk mengetahui bagaimana isi teks tersebut dan pesan yang disampaikan. Berbeda dengan analisis kuantitatif yang lebih menekankan pada pertanyaan “apa”, analisis wacana lebih melihat pada “bagaimana dari pesan atau teks komunikasi”.

Salah satu dimensi kerisalahan dimanifestasikan melalui konsep *tabligh* atau transmisi ajaran Islam melalui berbagai metode dan media. Disinilah letak

---

<sup>1</sup>Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*, (Yogyakarta: LKIS, 2001), hlm . 13.

<sup>2</sup>Alex Sobur, *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotika, dan Analisis Framing*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 68

kepentingan dakwah pada media, terlebih pada masyarakat yang telah menjalankan *media culture* yang dideskripsikan oleh Bennet sebagai *media saturated culture*,<sup>3</sup> yakni kebudayaan yang dijejali media. Dengan kata lain, hampir kehidupan kita berhubungan dengan media yang bersifat teknologis yang dalam term media studies sering disebut dengan istilah mediasi.

Secara historis, hubungan antara agama dan media pertama kali menjadi perhatian para sarjana pada pertengahan abad kedupuluh yakni ketika mereka memfokuskan perhatian pada munculnya fenomena penyiaran keagamaan yang tidak lagi menjadi otoritas kalangan agamawan. Isu ini menjadi semakin menarik pada 1970-an ketika fenomena baru lain muncul yakni ketika gerakan *televangelism* muncul dalam media sehingga melahirkan perdebatan mengenai cakupan media atas agama. Pada saat itu agama memiliki peran yang lebih penting bahkan dibanding urusan domestik dan politik internasional.<sup>4</sup>

Analisis wacana atas isi teks menurut Van djk dalam Sobur<sup>5</sup>, juga menekankan bahwa wacana adalah salah stu interaksi, sebuah wacana dapat berfungsi sebagai suatu pernyataan (*assertion*), pertanyaan (*question*), tuduhan (*accusastion*), atau ancaman (*threat*). Bahkan, wacana juga dapat digunakan untuk mendiskriminasi atau mempersuasi orang lain untuk diskriminasi.

Menurut Nurudin<sup>6</sup> bahwa penyampaian teks melalui saluran komunikasi massa mempunyai efek yang berwujud pada tiga hal, yaitu efek *kognitif*

---

<sup>3</sup>Andy Bennett, *Culture and Everyday Life*, (London: Sage Publications, 2005), hlm. 75.

<sup>4</sup>Stewart M. Hoover dan Lynn Schofield Clark (ed.), *Practicing Religion in the Age of the Media: Explorations in Media, Religion, and Culture*, (New York: Columbia University Press, 2002), hlm. 1.

<sup>5</sup>*Ibid.*, hlm. 71.

<sup>6</sup>Nurudin, *Komunikasi Massa* (Malang: Cespur, 2003), hlm. 214-223.

(pengetahuan), *afektif* (emosional dan perasaan), dan *behavioral* (perubahan pada tingkah laku). Selain itu, muncul juga efek lain yang melatarbelakangi seperti individu yang bertolak dari gejala psikologi dan faktor sosial. Dari efek ini muncul opini publik, yang biasanya tidak terorganisir serta menyebar pada berbagai tempat dan disatukan oleh isu tertentu dengan mengadakan kontak satu sama lain melalui media massa.

Dalam hal dakwah Islam, dakwah Islam merupakan aktualisasi imani yang dimanifestasikan dalam suatu sistem kegiatan manusia beriman dalam bidang kemasyarakatan yang dilaksanakan secara teratur untuk mempengaruhi cara merasa, berfikir, bersikap dan bertindak dalam rangka mengusahakan terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan dengan menggunakan cara tertentu.<sup>7</sup>

Dengan demikian, wacana dakwah adalah representasi budaya agama, yang terpetakan dalam teks-teks dakwah dalam rangka merespons kondisi-kondisi sosial yang dihadapi seseorang atau sekelompok orang, baik dalam bentuk menyetujui, mendebat, menantang, mengkonter atau memberikan solusi permasalahan sosial, politik, ekonomi, budaya yang dihadapi masyarakat.<sup>8</sup> Teks wacana dakwah dalam *Headline* di Rubrik Renungan Jumat merupakan teks dakwah yang sejatinya menjadi pokok utama kajiannya. Tak pelak lagi, bahwa proses dakwah adalah identik dengan proses produksi dan reproduksi wacana agama yang tidak lepas dari sosio budaya yang melingkupinya.

<sup>7</sup>Amrulloh Ahmad, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*, (Yogyakarta: Bidang Penerbitan PLP2M, 1985), hlm. 2.

<sup>8</sup>Faizah Noer Laela, "Analisis Wacana Kritis dalam Studi Teks Dakwah," *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol 11 No 1, April 2005, hlm. 91.

Operasionalisasi wilayah kajian ilmu dakwah yang menjadi medan aplikasi epistemologis adalah formatisasi ontologi ilmu dakwah (hakikat dakwah). Dalam hal ini, objek ilmu dakwah dapat dibedakan kepada objek material dakwah yaitu perilaku keislaman dalam berislam, dan objek formalnya berupa perilaku keislaman dalam melakukan *Tabligh* (transmisi dan penyebarluasan), *Irsyad* (internalisasi dan bimbingan), *Tadbir* (rekayasa sumberdaya manusia), dan *Tathwir* (pengembangan kehidupan muslim). Dengan demikian, format ontologi ilmu dakwah ini dapat menjadi pokok-pokok wilayah kajian ilmu dakwah.<sup>9</sup>

Dalam memformulasikan teori terhadap objek formal dan material ilmu dakwah, terdapat tiga aktivitas penalaran yaitu: *metode istinbath*, adalah proses penalaran dalam memberikan keapaan kajian dakwah yang diturunkan dari al-Qur`an sebagai kitab dakwah dan al-Sunah penjelas operasionalnya yang produknya menjadi teori utama dakwah (*grand theory*); *metode iqtibas*, adalah proses penalaran dalam memahami dakwah islam dengan meminjam dan menggunakan teori-teori ilmu yang mengkaji perilaku manusia, produknya adalah teori menengah dakwah (*midle theory*), yang meliputi Psikologi, Sosiologi, Antropologi, Komunikasi, Sejarah, Ilmu Politik, Ekonomi, dan lain-lain; *metode istiqla*, adalah proses penalaran dalam memahami dakwah Islam dalam tataran empirik melalui kegiatan penelitian dengan mengambil teori dari *grand theory* dan *midle theory*.<sup>10</sup>

Dalam hal memahami suatu teks, pesan, atau wacana, setiap individu mempunyai pemahaman yang berbeda-beda. Oleh karena itu, Van Dijk dengan

<sup>9</sup>Sukriadi Sambas, "Pokok-pokok Wilayah Kajian Ilmu Dakwah " *Ilmu Dakwah Kajian Berbagai Aspek*, (Bandung: Pustaka Bani Quraisy, 2004), hlm. 134-135.

<sup>10</sup>*Ibid.*

analisis wacananya memberikan jalan untuk memahami isi pesan suatu wacana, karena Van Dijk memberikan suatu jembatan yang menghubungkan elemen besar berupa struktur sosial dengan elemen wacana yang mikro dengan sebuah dimensi yang disebut kognisi sosial. Kognisi sosial tersebut mempunyai dua arti, di satu sisi menunjukkan bagaimana proses teks tersebut di produksi oleh media/wartawan, di sisi lain, ia menggambarkan nilai-nilai masyarakat yang patrisial itu menyebar dan diserap oleh kognisi wartawan, dan akhirnya digunakan untuk membuat teks berita.<sup>11</sup>

Komunikasi yang disampaikan melalui teks, pesan atau wacana lebih mengutamakan “bagaimana” (*How*) dari isi teks, pesan, atau wacana tersebut. Dengan analisis wacana selain mengetahui teks tersebut, kita juga bisa memahami pesan yang terkandung dalam suatu teks, pesan, atau wacana tersebut.

Surat kabar adalah wadah atau baki penyajian karya jurnalistik yang berupa informasi aktual, hiburan, keterangan atau penerangan dalam bentuk berita, tajuk, kritik, ulasan, ataupun artikel-artikel dengan menggunakan mediasi kertas dan sebagainya.<sup>12</sup>

Adapun untuk kebutuhan penelitian, penulis mengambil sebuah media cetak lokal daerah terbitan Jawa Barat yaitu Harian Umum Pikiran Rakyat. Harian Umum Pikiran Rakyat lahir sebagai perusahaan pers yang independent. Dalam arti, surat kabar ini tidak bernaung di bawah satu partai politik atau golongan tertentu. Melainkan hidup, berdiri dan berkembang dari prinsip kebersamaan serta

---

<sup>11</sup>Eriyanto, *Analisis Wacana*, hlm. 222

<sup>12</sup>Asep Saeful Muhtadi, *Jurnalistik Pendekatan Teori Dan Praktek*, (Jakarta: Logos, 1991), hlm. 88

sikap gotong royong dari seluruh pengelolanya. Dengan demikian, semua kebijakan yang menyangkut masalah kehidupan dalam perusahaan ini senantiasa diputuskan bersama yang dilandasi oleh semangat dan jiwa jurnalisme.

Dalam konteks jurnalisme, Harian Umum Pikiran Rakyat selalu berusaha menjadi surat kabar yang demokratis tanpa terjebak dalam perilaku partisan yang eksplisit. Dengan demikian, yang menjadi pertimbangan utama dalam kebijakan pemberitaan di Harian Umum Pikiran Rakyat adalah berita yang disajikan kepada khalayak harus mempunyai nilai berita yang tinggi, yaitu nilai berita yang menjadi pertimbangan utama apakah isu atau peristiwa yang akan dimuat pada surat kabat tersebut layak diangkat atau tidak kepada khalayak.

Redaksi Harian Umum Pikiran Rakyat yang berkantor di Jl. Soekarno-Hatta No.147 Bandung ini, dipimpin oleh seorang pemimpin umum yang membawahi bagian redaksi, tata usaha, personalia, umum dan riset (penelitian dan pengembangan).

Harian Umum Pikiran Rakyat ditujukan untuk menjadi tuan rumah yang dominan di daerahnya sendiri yaitu daerah Propinsi Jawa Barat yang memang memiliki potensi sangat besar untuk menunjang eksistensi dan menumbuhkembangkan suatu perusahaan media cetak. Oleh karena itu, Harian Umum Pikiran Rakyat diupayakan menyebar seluas-luasnya dan paling luas penyebarannya di daerah Propinsi Jawa Barat.

Adapun misi yang diemban oleh Harian Umum Pikiran Rakyat adalah sebagai perusahaan pers yang independent Harian Umum Pikiran *Rakyat*

dilahirkan untuk berkiprah dan ikut berperan dalam pembangunan bangsa dan negara khususnya di daerah Propinsi Jawa Barat.

Dalam konteks dakwah media, Harian Umum Pikiran Rakyat memiliki rubrik khusus syiar islam yakni Renungan Jumat. Rubrik ini mengangkat tema-tema keislaman dengan narasumber dari pakar agama maupun aktivis islam. Dalam penyajiannya, rubrik ini memiliki peran sebagai amar ma'ruf nahyi munkar, dimana pesan-pesan dakwah dimunculkan sebagai pencerah dan pemahaman tentang isu keislaman maupun masalah keislaman.

Menurut M Natsir dakwah ialah usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan kepada perorangan manusia dan seluruh umat manusia konsepsi islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini, dan yang meliputi amal makruf dan nahyi mungkar dengan berbagai macam cara dan media yang diperbolehkan ahklak dan membimbing pengalamannya dalam kehidupan bermasyarakat.<sup>13</sup> Sedangkan Ali Mahfudz mendefinisikan dakwah sebagai suatu kegiatan memotifasi manusia untuk berbuat kebajikan, mengikuti petunjuk, memerintahkan kebaikan dan mencegah kemungkaran, agar mereka memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Dakwah dalam islam adalah mengajak manusia dengan hikmat kebijaksanaan untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya.<sup>14</sup> Sementara itu al Maududi juga mengatakan bahwa dakwah adalah panggilan, tapi panggilan bukan sekedar panggilan. Dakwah adalah panggilan *Illahi* dan Rasul-Nya, yang merupakan panggilan adab, mengajak manusia untuk memiliki nilai-nilai suci dan

---

<sup>13</sup>Syamsul Munir, *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*, (Jakarta: Amzah, 2008), hlm. 5

<sup>14</sup>Hamzah Ya'kub, *Publisistik Islam dan Tehnik Dakwah*, (Bandung: Diponegoro, 1973), hlm. 7



agung.<sup>15</sup> Hal senada dikemukakan pula oleh Helmy yang mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak dan menggerakkan manusia agar mentaati ajaran-ajaran Allah (Islam) sehingga islam dilaksanakan dalam kehidupan, dalam arti yang luas untuk memperoleh kebahagiaan di dunia dan akherat.<sup>16</sup>

Dakwah juga diartikan sebagai segala aktifitas dan usaha mengubah satu situasi kepada situasi yang lebih baik menurut ajaran Islam. Tetapi juga berupa usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan kepada perorangan manusia dan seluruh umat tentang konsepsi islam, pandangan dan tujuan manusia di dunia ini yang meliputi amal makruf dengan berbagai media dan cara yang diperbolehkan dan membimbing pengalamannya dalam kehidupan perorangan, kehidupan keluarga kehidupan bermasyarakat dan kehidupan bernegara.<sup>17</sup> Sehingga dakwah dapat diartikan memperjuangkan perbuatan *ma'ruf* dan membersihkan perbuatan *Munkar* dari tengah-tengah kehidupan manusia (masyarakat) selain mengajak atau menegakkan perbuatan yang hak dan memberantas perbuatan yang *bathil*.<sup>18</sup>

Sebagai media lokal yang populer, Pikiran Rakyat tetap menyajikan beragam narasumber maupun penulis baik yang dikalangan akademis maupun aktivis, sehingga secara keilmuan tentang keislaman beragam.

Dari pemaparan tersebut, mengenai konteks dakwah dalam media, maka penulis menggunakan analisis wacana yang merupakan bagian dari metode interpreaktif yang mengandalkan interpretasi dan penafsiran peneliti yang lebih menekankan pada pemaknaan teks. Oleh karena itu, penulis ingin memahami

---

<sup>15</sup>Al- Maududi, *Pokok-pokok Pandangan Hidup Muslim*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1984), hlm. 1

<sup>16</sup>Helmy, *Dakwah dalam Alam Pembangunan*, ( Semarang: Thaha Putera, 1973), hlm. 1

<sup>17</sup>Endang Saeful, *Wawasan Islam*, (Bandung: Pustaka, 1982), hlm. 87

<sup>18</sup>Sanusi, *Integrasi Umat Islam*, (Bandung: Iqamatuddin, 1987), hlm. 11

lebih lanjut mengenai **WACANA DAKWAH DALAM MEDIA MASSA (Analisis Teks Wacana Terhadap Rubrik Renungan Jumat di Harian Umum Pikiran Rakyat).**

## **B. Rumusan Masalah**

Bertitik tolak dari latar belakang masalah di atas, dapat diperoleh perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengungkapan tematik teks dakwah pada Rubrik Renungan Jumat di Harian Umum Pikiran Rakyat.
2. Apa sajakah substansi skematik teks dakwah pada Rubrik Renungan Jumat di Harian Umum Pikiran Rakyat.
3. Apa makna semantik yang terkandung dalam teks dakwah pada Rubrik Renungan Jumat di Harian Umum Pikiran Rakyat.

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui pengungkapan tematik teks dakwah pada Rubrik Renungan Jumat di Harian Umum Pikiran Rakyat.
2. Mengetahui substansi skematik teks dakwah pada Rubrik Renungan Jumat di Harian Umum Pikiran Rakyat.
3. Mengetahui makna semantik yang terkandung dalam teks dakwah pada Rubrik Renungan Jumat di Harian Umum Pikiran Rakyat.

#### **D. Kegunaan penelitian**

Dalam penelitian ini diharapkan bisa memetik dari dua aspek yaitu :

1. Kegunaan teoritis, dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan teori komunikasi Islam terutama wacana dakwah.
2. Kegunaan Praktis
  - a. Menambah wawasan peneliti tentang aplikasi metode Analisis Wacana;
  - b. Memberi informasi ilmiah mengenai aplikasi analisis wacana model Van Dijk terhadap teks wacana dakwah Rubrik Renungan Jumat kepada para praktisi media, peneliti pers, para peminat studi mengenai media dan para da'i yang berdakwah atau para komunikator yang menyampaikan pesan dakwah melalui media massa.

#### **E. Kerangka Pemikiran**

Wilayah atau lapangan dakwah adalah meliputi semua aktifitas manusia secara totalitas, baik secara individu sebagai abdi Tuhan, maupun sebagai anggota masyarakat bahkan sebagai warga alam semesta. Oleh karena itu, wilayah dakwah potensial bersinggungan dengan berbagai aspek kehidupan baik politik, sosial, ekonomi, budaya dan sebagainya. Dengan kata lain, wilayah dakwah berada diperlintasan berbagai kepentingan manusia yang masing-masing memperjuangkan versinya masing-masing. Wilayah dakwah juga merupakan

arena pertarungan berbagai ideologi yang masing-masing mengklaim kebenarannya. Dengan demikian proses produksi dan reproduksi wacana dakwah bukan berada pada ruang hampa yang bebas dari pengaruh ideologi lain.<sup>19</sup>

Dakwah merupakan setiap usaha penyampaian ajaran Islam dalam rangka merespons kondisi dan permasalahan sosial, politik, ekonomi, maupun masalah budaya. Oleh karena itu dalam memahami dan menafsirkan teks, asumsi-asumsi kepentingan tersebut akan sangat besar pengaruhnya dan peneliti harus mampu secara kritis mengambil jarak dan melakukan dekonstruksi dalam rangka memperoleh kebenaran objektif.<sup>20</sup>

Dakwah adalah proses penyelenggaraan suatu usaha atau aktifitas yang dilakukan secara sadar, dan berncana guna mempengaruhi pihak lain agar timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran serta pengemalan ajaran atau mengajak dengan lisan, tulisan, gambar, teladan tindakan dan sebagainya untuk beriman dan mentaati Allah, amar ma'ruf dalam rangka mengingatkan manusia yang perilakunya menyeleweng dari ajaran Allah baik secara individu, organisasi, maupun kelembagaan. Usaha-usaha tersebut dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu yaitu kebahagiaan dan kesejahteraan hidup yang diridloi oleh Allah SWT, sedangkan lapangan dakwah sangat luas yaitu meliputi semua aktifitas manusia secara totalitas baik secara individu (abdi Tuhan), anggota masyarakat (warga negara) bahkan sebagai warga alam semesta.<sup>21</sup> Dakwah dapat diartikan pula sebagai suatu aktifitas yang mendorong manusia memeluk agama islam melau

---

<sup>19</sup>Faizah Noer Laela, "Analisis Wacana Kritis Dalam Studi Teks Dakwah," *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol 11 No 1, April 2005, hlm. 79.

<sup>20</sup>Komarudin Hidayat, *Menafsirkan Kehendak Tuhan*, (Bandung: Teraju, 2004), hlm. 22.

<sup>21</sup>Faizah Noer Laela, *Analisis*, hlm.88.

cara yang bujaksana dengan materi ajaran Islam agar mendapatkan kesejahteraan kini (dunia) dan kebahagiaan nanti (akhirat).<sup>22</sup>

Pesan dakwah adalah interpretasi da'i atau tokoh agama (komunikator) terhadap pokok-pokok ajaran agama (al-Qur'an dan al- Hadits) dalam rangka memecahkan problem-problema sosial yang dihadapi masyarakat untuk menjaga keharmonisan dan ketrentaman anggota masyarakat. Hasil pikiran dan perilaku budaya yang menyangkut keagamaan disebut budaya agama. Dalam pandangan Trenholm dan Jensen, pemahaman budaya ini memandu mempersepsi dunia, bagaimana menetapkan dan mencapai tujuan. Sementara itu, menurut Mulyana, peran budaya sangat besar dalam kehidupan. Apa yang dibicarakan, bagaimana cara membicarakannya, apa yang dilihat, perhatikan, bagaimana berfikir dan apa yang dipikirkan dipengaruhi oleh budaya.<sup>23</sup>

Abdul Munir Mulkhan mengartikan hakikat dakwah sebagai sebuah upaya untuk merubah satu kondisi kepada kondisi lain yang lebih baik menurut tolak ukur ajaran Islam sebagai ajaran Islam dan pandangan hidup. Pengkondisian dalam kaitan perubahan tersebut, berarti sebuah upaya menumbuhkan kesadaran dan kekuatan pada diri objek dakwah, maka menurutnya dakwah Islam itu harus mempunyai makna bagi pemecahan masalah kehidupan dan pemecahan masalah kebutuhan.<sup>24</sup>

Setiap praktek komunikasi pada dasarnya adalah suatu representasi budaya, atau tepatnya suatu peta atas realitas (budayya) yang sangat rumit.

---

<sup>22</sup>Amin, *Dakwah Islam dan Pesan Moral*, (Yogyakarta: Al- Amin Press, 1997), hlm. 10

<sup>23</sup>Deddy Mulyana, *Komunikasi Efektif, Perspektif Komunikasi antar Budaya*, (Bandung: Rosdakarya, 2004), hlm. 15-16.

<sup>24</sup>Abdul Munir Mulkhan, *Ideologisasi Gerakan Dakwah: Episod Kehidupan M Natsir dan Azhar Basyir*, (Yogyakarta: SIPRESS, 1996), hlm. 205

Komunikasi dan budaya adalah dua entitas tak terpisahkan, sebagaimana dikatakan Edward T. Hall, “Budaya adalah komunikasi dan komunikasi adalah budaya”.<sup>25</sup> Bahasa merupakan peta yang menggambarkan budaya, wacana dalam pandangan Roger Fowler adalah komunikasi lisan atau tulisan yang di lihat dari titik pandang kepercayaan, nilai dan kategori yang masuk di dalamnya.

Berkaitan dengan dakwah di media massa, menurut Shadily dalam Kustadi Sahandang<sup>26</sup> bahwa Jurnalistik di kelompokkan menjadi dua yakni; *pertama*, sarana yang meliputi media cetak dan elektronik. *Kedua*, bidang kerja yang meliputi Dalam-negeri, Luar-negeri, Olahraga, Ilmu pengetahuan dan lain-lain.

Dalam term dakwah media disebut juga *washilah*, yang memiliki arti sama dengan media, yaitu alat objektif yang menjadi saluran yang dapat menghubungkan antara ide dengan umat, suatu elemen yang vital dan merupakan urat nadi dalam totalitas dakwah yang keberadaannya sangat penting dalam menentukan perjalanan dakwah.<sup>27</sup>

Menurut Moh. Ali Aziz jenis media yang digunakan dalam berdakwah terbagi pada dua bagian, yaitu media tradisional (tanpa teknologi komunikasi) dan media modern (dengan teknologi komunikasi). Media Tradisional (dalam berdakwah) selalu menggunakan media yang bergubungan dengan kebudayaannya, sesuai dengan komunikasi yang berkembang dalam pergaulan tradisionalnya. Media yang digunakan terbatas pada sasaran yang paling digemari

---

<sup>25</sup>*Ibid.*, hlm. 14

<sup>26</sup>Kustadi Suhandang, *Pengantar Jurnalistik, Seputar Organisasi, Produk dan Kode Etik*, (Bandung: Nuansa, 2004), hlm. 22

<sup>27</sup>Enjang AS dan Aliyudin, *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung: Widya Padjajaran, 2009), hlm. 93.

dalam kesenian, seperti penggunaan gendang, rebana, bedug, siter, suling, wayang, dan lain-lain) yang dapat menarik perhatian orang banyak. Media modern berdasarkan jenis dan sifatnya dikelompokkan pada tiga, yaitu *Pertama*, media auditif, yang meliputi telepon, radio, dan tape recorder. *Kedua*, media visual, baik yang tertulis maupun yang tercetak, misalnya surat kabar, buku, majalah, brosur, pamphlet, dan sebagainya. Dan *Ketiga*, Media Audiovisual yang meliputi; televisi, video, internet dan lain-lain.<sup>28</sup>

Dari ilustrasi diatas, dapat dipahami bahwa wacana dakwah adalah representasi budaya agama, yang terpetakan dalam teks-teks dakwah dalam rangka merespons kondisi-kondisi sosial yang dihadapi seseorang atau sekelompok orang, baik dalam bentuk menyetujui mendebat, menentang atau mengkonter, memberikan solusi permasalahan sosial, politik ekonomi, budaya yang dihadapi masyarakat. Oleh karena itu, proses dakwah adalah identik dengan produksi dan reproduksi dan reproduksi wacana yang tidak terlepas dari konteks sosio budaya yang melingkupinya.

Konsekuensinya, media banyak menampilkan fungsi sosio religius yang sebelumnya dilakukan oleh instansi agama. Media tidak hanya mentransmisi komunikasi, tetapi juga melayani fungsi kultural dengan menciptakan dan memelihara komunitas.<sup>29</sup>

Maka benar paparan di atas, karena berdekatan dengan paparan Dedy Mulyana mengambil dari pendapat Peter D.Moss, dan menurutkannya di buku

---

<sup>28</sup>Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), hlm. 407.

<sup>29</sup>J. Carey, *Communication as Culture, Essays on Media and Society*, (London: Routledge, 1992), hlm. 45.

Eryanto<sup>30</sup>, wacana media massa termasuk berita dan artikel di surat kabar, merupakan konstruk kultural yang dihasilkan ideologi, karena sebagai produk media massa, berita surat kabar menggunakan kerangka tertentu untuk memahami realitas sosial.

Tangan media cetak, surat kabar, majalah atau tabloid adalah dengan adanya peranan wartawan untuk menggambarkan suatu keadaan dalam bentuk teks tulisan, seiring dengan pengertian jurnalistik dalam buku *jurnalistik Indonesia menulis berita dan feature*<sup>31</sup>, Jurnalistik adalah kegiatan menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menyebarkan berita melalui media berkala kepada khalayak seluas-luasnya dengan secepat-cepatnya.

Jurnalis dari suatu media cetak, sebelum menuliskan suatu berita atau pesan, terlebih dahulu ia terjun ke lapangan langsung untuk melihat dan memahami objek yang akan dijadikan berita.

Setelah mendapatkan suatu berita, wartawan melalui media cetaknya memilah dan memilih dari berbagai sisi yang menarik untuk diberitakan atau layak dimuat yang bersifat subjektif, bahkan bisa dengan dukungan foto, komentar narasumber, atau karikatur sebagai penguat dari objek yang akan diberitakan. Tulisan dari media cetak, gambaran dari media itu sendiri terhadap suatu berita atau informasi agar para pembaca memahami dan menyetujui tentang gambaran yang diberikan oleh media cetak tersebut.

Pemahaman dari para pembaca tergantung dari media tersebut dalam penyampaian informasinya, tergantung dari segi pengulang-ulangan berita atau

---

<sup>30</sup>Eryanto, *Analisis Wacana*, hlm. 72

<sup>31</sup>Sumadiria, *Jurnalistik Indonesia*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2005), hlm. 3



informasi, huruf-huruf, penggunaan kata, kalimat, frase, klausa dari informasi yang diberitakan. Jadi semua tutur kata yang dituliskan oleh wartawan atau jurnalis di bentuk oleh bahasa yang berupa wacana.

Bahasa yang digunakan media cetak merupakan cerminan dari tujuan, visi, dan misi dari media cetak untuk diketahui dan dipahami oleh khalayak. Artinya ada hubungan yang erat antara bahasa dan wacana, karena satu wacana dapat dikatakan gabungan dari bahasa-bahasa menyusun yang mempunyai kesanggupan untuk menghadirkan berbagai bentuk sosial budaya, yaitu dengan analisis wacana.

Ideologi merupakan bagian dari aktivitas komunikasi yang tidak dapat dihindarkan. Karena dia akan selalu hadir dalam setiap produksi pesan yang disampaikan. Menurut Aart van Zoest<sup>32</sup>, sebuah teks tidak pernah lepas dari ideologi dan memiliki kemampuan untuk memanipulasi pembaca kearah suatu ideologi. Sedangkan Erianto dalam *Analisis Wacana*-nya menempatkan ideologi sebagai konsep yang sentral dalam analisis wacana kritis, karena menurutnya, teks, percakapan, dan lainnya adalah bentuk dari praktik ideologi atau pencerminan dari ideologi tertentu.<sup>33</sup>

Faktor level kognisi sosial dan level sosial menjadi salah satu alasan penelitian ini dengan menggunakan analisis wacana, terlebih berkaitan dengan Rubrik Renungan Jumat di Harian Umum Pikiran Rakyat.

Sejalan dengan judul penelitian yaitu "*Wacana Dakwah Dalam Rubrik Renungan Jumat Di Harian Umum Pikiran Rakyat*", maka digunakan pendekatan konstruksionis. Jadi pendekatan ini, menunjuk pada teori Van Dijk yang hanya

---

<sup>32</sup>Eryanto, *Analisis*, hlm. 13

<sup>33</sup>*Ibid.*

memfokuskan narasumber sebagai komunikator dari sisi pembentukan pesan ditampilkan, dan bagaimana kondisi penerima pesan ketika menerima pesan tersebut.

Pernyataan di atas didukung oleh Sobur<sup>34</sup>, yang menyatakan menganalisis suatu artikel, analisis wacana tidak berhenti pada konsep tekstual, tetapi juga konteks dan proses produksi dan konsumsi dari suatu teks. Wacana merujuk pada pemakaian bahasa tertulis dan ucapan tidak hanya dari aspek kebahasaanya saja, tetapi juga bagaimana bahasa itu diproduksi dan ideologi dibalikny. Memandang bahasa semacam ini berarti meletakkan bahasa sebagai bentuk praktik sosial.

Alex juga menambahkan, pesan dipandang bukan sebagai “*Mirror Of Reality*” yang menampilkan fakta suatu peristiwa apa adanya. Dalam penyampaian pesan, elite menyusun suatu citra tertentu atau merangkai ucapan tertentu dalam memberikan gambaran tentang realitas politik. Seseorang komunikator dengan realitas yang ada akan menampilkan fakta tertentu kepada publik, memberikan pemaknaan tersendiri terhadap suatu peristiwa dalam konteks pengalaman, pengetahuannya sendiri.<sup>35</sup>

Jadi yang paling tepat untuk penelitian ini menjadikan teori Teun Van Dijk sebagai pegangan penelitian, karena teori ini dapat mengaborsikan elemen-elemen wacana sehingga bisa diaplikasikan secara praktis.

---

<sup>34</sup>Alex Sobur, *Analisis*, hlm. 72

<sup>35</sup>*Ibid.*

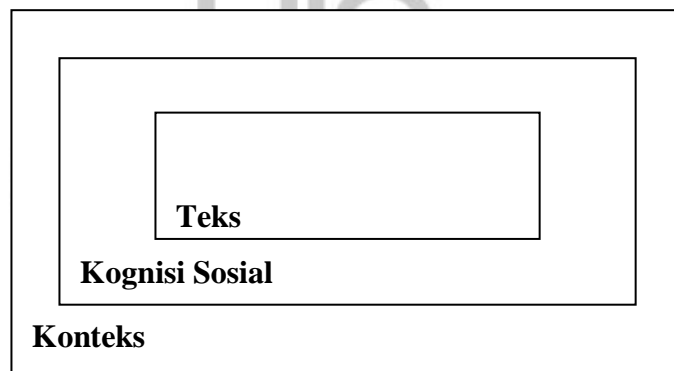
Yang paling menunjang pada teori ini adalah kognisi sosial, Eryanto<sup>36</sup>, menyebutkan istilah kognisi sosial sebenarnya diadopsi dari pendekatan lapangan psikologi sosial, terutama untuk menjelaskan struktur dan proses terbentuknya suatu teks. Nama, pendekatan semacam ini tidak dapat dilepaskan dari karakteristik pendekatan yang diperkenalkan oleh Van Dijk.

Menurut Van Dijk, penelitian atas wacana tidak cukup hanya didasarkan pada analisis atas teks semata, karena teks hanya hasil dari suatu praktik produksi yang harus juga diamati.

Analisis Van Dijk menghubungkan analisis tekstual yang memusatkan perhatian terus pada teks ke arah analisis yang komprehensif bagaimana teks berita itu diproduksi, baik dalam hubungannya dengan individu wartawan maupun dari masyarakat.<sup>37</sup>

Berikut adalah gambaran model analisis Van Dijk:

**Tabel Model Analisis Van Dijk**



Dari tabel di atas, memperlihatkan, teks berpengaruh pada suatu pemberitaan, artinya teks menggambarkan seorang wartawan dalam memberikan informasinya tergantung dari sudut pandang wartawan itu sendiri dalam

<sup>36</sup>Eryanto, *Analisis*, hlm. 221

<sup>37</sup> *Ibid.*, hlm. 224

memandang suatu persoalan atau peristiwa. Kemudian suatu teks berita mewakili keadaan sosial secara umum, dan kognisi massa atas suatu persoalan.

Jadi skema penelitian dan metode dalam kerangka Van Dijk adalah sebagai berikut :

**Tabel Kerangka Analisis Van Dijk**

<b>Struktur</b>	<b>Metode</b>
<b>Teks</b> Menganalisis bagaimana strategi wacana yang dipakai untuk menggambarkan seseorang atau peristiwa tertentu. Bagaimana strategi tekstual yang dipakai untuk menyingkirkan atau memarjinalikan suatu kelompok, gagasan atau peristiwa.	<i>Critical linguistics</i>
<b>Kognisi Sosial</b> Menganalisis bagaimana kognisi wartawan dalam memahami seseorang atau peristiwa tertentu yang akan ditulis	Wawancara Medalam
<b>Analisis Sosial</b> Menganalisis bagaimana wacana yang berkembang dalam masyarakat, proses produksi dan reproduksi seseorang atau peristiwa digambarkan	Studi Pustaka, Penelusuran sejarah

Sementara Van Dijk melihat suatu wacana terdiri dari beberapa tingkatan, yaitu :

1. Struktur makro, merupakan makna global atau umum dari suatu teks yang dapat dipahami dengan melihat topik dari suatu teks. Tema wacana ini bukan hanya isi, tetapi juga sisi tertentu dari suatu peristiwa.
2. Supersrtuktur, kerangka suatu teks bagaimana srtuktur dan elemen wacana itu disusun dalam teks secara utuh.

3. Struktur mikro, adalah makna yang dapat diamati dengan menganalisis kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, parafrase yang dipakai dan sebagainya.

Maka, rubrik Renungan Juamat di Harian Umum Pikiran Rakyat ini mempunyai hal-hal yang menarik untuk diteliti dari unsur ilmu komunikasi dan pesan atau informasi dakwah terhadap wacana yang disampaikan kepada khalayak.

Oleh karena itu, penulis menganalisis wacana pada rubrik Renungan Jumat di Harian Umum Pikiran Rakyat, melalui alur pemikiran yang dikemukakan di atas.

#### **F. Telaah Literatur**

Kajian tentang dakwah dan analisis wacana dapat ditemukan antara lain dalam penelitian Ali Nurdin (2003) mengenai analisis wacana pesan-pesan dakwah di harian pagi Surya di Surabaya. Penelitian Anhar (2004) tentang analisis wacana agama privat dan agama publik ulil Abshar Abdala dan implikasinya terhadap dakwah.

Penelitian wacana formalisasi syari'at Islam di media Massa (Analisis Wacana terhadap Koran *Kompas*) UMI HALWATI Pasca Sarjana UIN BDG, penelitian ini di latar belakang oleh adanya kontradiksi di kalangan umat islam dalam menafsirkan al-quran dan sunnah rasul. Satu sisi penafsiran literal sehingga ekspresi beribadahnya cenderung bersifat ideologi politik; di sisi lain menggunakan penafsiran liberal sehingga ekspresi beribadahnya cenderung

keagamaan yang rohaniah. Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana model Foucault, yang meliputi analisis genealogika kuasa untuk mengungkap jejak-jejak di belakang suatu teks, dan analisis arkeologi pengetahuan untuk menganalisis kearsipan suatu teks. Hasil dari penelitiannya adalah bahwa jejak-jejak teks di belakang teks wacana formalisasi syari'at islam di *Kompas* tahun 2007 berdasarkan analisis genealogi kuasa, di konstruksi sejak tahun 2000-2006, yaitu jejak-jejak teks yang dikonstruksi oleh para penulis selama tahun 2000-2006. Dari gagasan dan pokok-pokok pikiran tersebut terlihat adanya jejak-jejak yang membangun sebuah kanon pemikiran tentang pemahaman islam tertentu. Arsip-arsip pemikiran yang menjadi pondasi kehadiran teks wacana formalisasi syari'at islam di *Kompas* adalah pemikiran Ulil Abshar Abdalla, Fazlur Rahman. Mohamed Arkoun, dan Abdullahi Ahmad an-Na'im yang cenderung menafsirkan al-Qur'an dan Sunnah (syari'at Islam) secara substantial dan kontekstual.



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG