

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. LATAR BELAKANG

Media cetak pada awalnya berkembang di Eropa berhasil ditemukan oleh Aviso Wolfenbuttel tahun 1609. Kemudian dilanjutkan oleh Theophraste Renaudot, kemudian diiringi penemuan oleh Gutenberg yang menemukan mesin cetak, atas kepeloporannya itu Eropa menerbitkan surat kabar yang bernama *Oprechte Haarlemsche* di Belanda (1656).<sup>1</sup>

Di Indonesia media yang pertama kali muncul adalah *memories der nouvelles* di terbitkan oleh Gubernur Jenderal pertama VOC Jan Pieterzoon Coen, setelah mesin cetak diperbolehkan masuk pertama kali pada tahun 1717, terbitlah surat kabar pertama jajahan Belanda bernama *Bataviasech Nouvelles*.<sup>2</sup>

Lalu pada 1854 media cetak telah terbit untuk masyarakatnya menggunakan bahasa melayu bernama *Slomporet Melajoe* di Semarang yang diterbitkan oleh H.C Klinkert, semenjak itu banyak media cetak bermunculan menggunakan bahasa Pra-Indonesia dan melayu, media cetak di Indonesia memiliki sejarah yang cukup panjang namun secara singkat dapat terbagi dalam enam periode yakni zaman Belanda, zaman Jepang, zaman kemerdekaan, zaman orde lama, zaman orde baru dan zaman reformasi.

---

<sup>1</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2016), Cet, ke-16, h.143.

<sup>2</sup>Amelia Indriyanti, *Belajar Jurnalistik dari Nilai-nilai Al-Qur'an*, ( Solo: Samudra,2006), h.35.

Namun pada masa kemerdekaan media cetak telah berinovasi dengan Majalah yang mulai terbit menjelang dan awal kemerdekaan Indonesia, pada tahun 1945 telah terbit majalah bulanan pertama dengan nama *Pantja Raja* pimpinan Markoem Djojo Hadisoeparto dengan parakarsa dari Ki Hajar Dewantoro, selain itu adapun Majalah *Revue Indonesia* yang di terbitkan oleh Soemanang yang telah mengemukakan gagasan perlunya koordinasi penerbitan majalah dan surat kabar dengan jumlah ratusan, terbit semuanya dengan satu tujuan yaitu menghancurkan sisa – sisa kekuasaan Belanda.<sup>3</sup>

Pada orde baru banyak majalah yang terbit dan cukup beragam jenisnya, hal ini sejalan dengan kondisi perekonomian Indonesia yang makin membaik, dizaman reformasi media cetak semakin berbahagia karena tidak diperlukannya Surat Izin Usaha Penerbitan Pers (SIUPP), sehingga berbagai pihak bebas menerbitkan majalah-majalah dengan jenis-jenis yang baru.

Majalah biasanya berisi berbagai macam topik tulisan yang sesuai dengan tujuan dan topik dari majalah yang bersangkutan. Bukan hanya terdapat tulisan, didalam majalah juga ada gambar-gambar yang bertujuan sebagai ilustrasi dari tulisan dan juga bertujuan untuk membuat isi majalah menjadi cantik dan menarik. Gambar-gambar tersebut bisa berbentuk gambar orang, gambar benda, atau gambar kartun.

Majalah sebagai media cetak yang terbit secara berkala, tetapi bukan terbit setiap hari, bersampul dan setidaknya punya wajah, dirancang secara khusus, selain

---

<sup>3</sup>Nawiroh Vera. *Komunikasih Massa*. ( Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), h.68.

itu media cetak tersebut berjilid atau sekurang kurangnya memiliki sejumlah halaman tertentu, bentuknya harus berformat tabloid atau saku, ataupun format konvensional sebagaimana format majalah yang kita kenal selama ini.

Dalam menjawab pertanyaan media apa yang paling sering di gunakan serta diminati masyarakat untuk memperoleh informasi telah di adakan survei bagi pelajar dan mahasiswa di Jakarta, hasil survei adalah surat kabar 8% responden, Majalah 7,33% Responden, Radio 6,33% Responden, Televisi 24,33% Responden dan terbesar ada pada Internet 54% Responden, dan di adakan kembali survei pada masyarakat umum yang ada di Jakarta maka hasilnya berbeda surat kabar memiliki 15,67%, majalah 0,33%, radio 1,67%, televisi 34%, internet 48,33%.<sup>4</sup>

Sebenarnya, antara majalah, televisi, bahkan radio dan surat kabar sama saja, namun yang berbeda hanyalah dalam sistem penyajiannya, inilah yang mendorong mereka untuk bersaing agar dapat memenuhi target audiens, persaingan yang dilakukan inilah yang harus di kelola secara bisnis dengan berbagai strategi.

Sehubungan dengan hasil survei tersebut penerbit majalah sangat di tuntut untuk kreatif dan inovatif, karena majalah di terbitkan berkala daya tarik majalah harus lebih kuat agar pembaca tidak bosan untuk menunggu terbitan selanjutnya, Apalagi media online telah menjadi daya tarik tersendiri bagi sebagian masyarakat, tetapi media lain seperti televisi dan radio masih diperhitungkan, hal ini terbukti masih eksisnya berbagai radio nasional dan siaran televisi.

Majalah terbagi atas beberapa jenis yaitu Majalah pendidikan dan dakwah, Tertib bulanan, *Soft reading*, ringan dibaca dan mendidik. Serta Perpaduan berita pendidikan, dakwah dan jurnal keislaman dengan konten dan format yang mudah

---

<sup>4</sup>*Ibid*,h.97-99.

dibaca dan dimengerti semua orang dari berbagai kalangan atau lebih dikenal sebagai salah satu media dakwah Islam.

Sebagai salah satu media dakwah Islam, majalah mengambil peran penting sebab dakwah perlu dimodernisir sesuai dengan perkembangan zaman dan kemajuan dibidang peradaban. Jika tidak, maka sistem penyampaian pesan dalam bentuk dakwah akan tertinggal dan dapat berakibat tidak lagi mendapat tempat yang layak ditengah kemajuan ilmu dan peradaban yang semakin maju.

Di Indonesia terdapat banyak majalah dakwah Islam diantaranya yang pernah terbit yaitu, Majalah Sabili, Majalah Hidayah dan Majalah Hidup.<sup>5</sup> dan beberapa majalah ini pun pernah beredar dan menjadi konsumsi baca masyarakat, namun semakin lama majalah tersebut seperti hilang dengan sendirinya seiring dengan rendahnya minat masyarakat untuk membaca.

Dengan tujuan mulia Amal ma'ruf Nahi Munkar majalah dakwah bermunculan disetiap daerah di Indonesia yang didominasi oleh masyarakat beragama Islam. Dengan berpatokan pada dalil berikut:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِهِمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ  
عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

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

---

<sup>5</sup>Ibid, h. 70.

yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.” (Q.S. An-Nahl [16]:125)”<sup>6</sup>

Tidak terkecuali pada daerah Sumatera Selatan khususnya di Ibu kota Palembang, berbagai majalah dakwah dengan macam-macam penerbit membuat majalah dakwah makin dikenal pada masyarakat dengan kalangan tertentu, majalah dakwah sering dimuat oleh organisasi ke Islaman bahkan partai politik benuansa Islam sekalipun.

Tulisan dakwah yang dimuat di media massa yang di kemas secara populer dapat memberikan “warna dakwah” terhadap pesan yang berkembang dewasa ini, sebab judul dan tema dakwah yang di muat pada majalah memiliki nilai untuk memotivasi para pembaca, di dalamnya dapat memberikan gambaran tentang isi dakwah yang disampaikan, serta pesan dakwah yang disampaikan pada majalah memiliki sumber yang jelas sesuai dengan bidangnya.

Namun Seiring dengan arus perkembangan media informasi yang nampak semakin pesat sebagai konsekuensi dari kemajuan peradaban khususnya di bidang prestasi ilmu dan teknologi, menjadikan masyarakat menyukai kecanggihan teknologi yang mempermudah dalam mendapatkan informasi dengan cepat dan aktual. Betapa tidak perkembangan teknologi dari mulai yang sederhana hingga mutakhir dan tercanggih kini telah biasa di pakai dan dinikmati.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup>*Al-Qur'an Terjemahan dan Asbabun Nuzul*, (Surakarta: Pustaka Alhanan, 2009), h. 281.

<sup>7</sup>Aep Kusnawan , *Berdakwah Lewat Tulisan* . (Bandung: Mujahid Press, 2004), h.23.

Kecanggihan ini juga berpengaruh dalam bidang dakwah, para da'i mencoba untuk berinovasi menjadikan teknologi sebagai alat yang ampuh untuk mencapai sasaran-sasaran dakwah di karenakan banyaknya pengguna yang menggunakan teknologi dari pada membaca dan mendatangi majelis-majelis dakwah, karena adanya kemudahan yang disediakan, masyarakat lebih memilih untuk menggunakan teknologi agar mendapatkan pesan-pesan dakwah lebih mudah dibandingkan harus membaca apalagi membeli majalah.

Fakta inilah yang menyebabkan majalah dakwah harus tetap bertahan dengan isi dakwahnya dalam meningkatkan kreatifitas dalam penyampaian dakwah agar masyarakat melirik kembali kehadiran majalah dakwah sebagai salah satu sarana efektif untuk menyampaikan dakwah Islam kepada kalangan msyarakat. Mengingat pentingnya Dakwah *bil kitabah* atau dakwah melalui tulisan juga sering diidentikan dengan dakwah bil qalam (DBQ) atau dakwah menggunakan pena. Kata "*Qalam*" merujuk kepada firman Allah SWT yang terjemahannya : "Nun, perhatikanlah Al-Qalam dan apa yang dituliskannya" (QS Al-Qolam :1).<sup>8</sup>

Menulis atau berdakwah dengan tulisan di media berarti melaksanakan salah satu sunnah yang diperintahkan oleh Rasulullah SAW. Pada era informasi dan era digital saat ini, media massa telah berkembang pesat dan tidak lagi terbatas pada media cetak dan media audio visual saja dan kini ada media online.

Dakwah memang flexibel, bisa dilakukan dimana-mana dan kapanpun merujuk pada pengertian dakwah adalah mengajak, merayu dan menyeru. Maka dari itu

---

<sup>8</sup> Maspriel Aries, *Dakwah Punya Kekuatan Sendiri*, <http://Palembangtribunews.com>, Diakses tanggal 10 Oktober 2018

dakwah yang disampaikan lewat tulisan, harus ditulis dan disampaikan dengan sedemikian rupa agar dengan isi yang disampaikan dapat menambah keimanan dari pembaca itu sendiri, seperti halnya dakwah yang disampaikan seorang da'i secara langsung dengan tujuan agar dakwah tersebut diterima oleh audiens.

Berbagai majalah dakwah yang terbit di kota Palembang mulai banyak mengalami kemunduran akibat isi dan tampilan yang dihadirkan tidak dapat menarik minat baca masyarakat Palembang yang menurun, namun tidak dengan Majalah dakwah yang telah berdiri selama Empat tahun belakangan ini, majalah AsSajidin merupakan majalah Islam yang beralamat di Jl. R. Sukanto No. 1332 sekup ujung Palembang 30127, AsSajidin datang di tengah masyarakat kota Palembang dengan bentuk yang modern dan dinamis.

Pada awal terbit AsSajidin hanya sebagai media alfurqon, memuat segala sesuatu aktivitas keagamaan di alfurqon. Namun seiring perkembangan AsSajidin merambat pada masyarakat umum Isi majalah Assajidin berupa dakwah, sosial, politik ekonomi dan pendidikan mengikuti perkembangan berita namun yang di kemas secara islami, menjadikan majalah ini berbeda dengan majalah lain sehingga diminati oleh masyarakat.<sup>9</sup>

Pada sejarahnya majalah AsSajidin ini merupakan majalah dengan ruang lingkup yang kecil, namun sudah empat tahun lalu majalah ini dikenal oleh masyarakat umum di Palembang sebagai majalah dakwah yang beredar di kota Palembang. Semua ini tak terlepas dari peran redaksi majalah AsSajidin dalam menjalankan dan mengembangkan majalah AsSajidin agar terus dikenal dan terus

---

<sup>9</sup> Staf Humas Media AsSajidin, *Wawancara pribadi*, Palembang, tanggal 10 Oktober 2018.

diminati di kalangan masyarakat, yang berkomitmen untuk terus mendakwahkan Islam di Kota Palembang.

AsSajidin mendakwahkan Islam dengan menggunakan media cetak yang berisikan tentang segala sesuatu yang diberitakan dalam berbagai bidang seperti, sosial, politik, ekonomi bahkan lingkungan sekitar yang dikemas dengan tema keislaman, karena pada hakikatnya Islam bukan hanya milik orang-orang yang berkuat dengan doktrin yang belakangan ini saling bertentangan, namun Islam merupakan agama yang *Rahmatan lil Alamiin*.

Dengan isi yang lues dan tidak monoton majalah AsSajidin memiliki posisi tersendiri di hati para pembacanya, informasi yang sarat dengan dakwah dan mudah dimengerti serta melibatkan pembaca agar dapat berperan langsung untuk mengisi majalah tersebut, dalam arti pembaca atau masyarakat umum diajak untuk berkontribusi pada informasi yang disampaikan oleh majalah AsSajidin, berbagi pengalaman bahkan membagikan tips-tips dan trik berbisnis ataupun kesehatan serta berbagai peristiwa lainnya yang tetap dikemas dengan nuansa Islami.

Semua kegiatan mulai dari sehari-hari hingga kegiatan yang tak pernah dilakukan sekalipun Islam telah memiliki syariat yang telah ditetapkan sedemikian rupa, dengan penuh warna Islam dapat kita temukan di Majalah AsSajidin, majalah dakwah yang bertahan di Kota Palembang ini telah memberikan bukti dengan



merayakan milad yang meriah atas eksistensinya yang telah bertahan sejak 2 mei 2014.<sup>10</sup>

Memiliki Pembaca setia, majalah ini terbit setiap bulan. Lalu apa yang menjadikan majalah dakwah AsSajidin berbeda dengan Majalah dakwah yang lain sehingga masyarakat Palembang tetap berminat dengan bacaan yang dimuat oleh Majalah ini sebagai Majalah dakwah Islam yang tetap konsisten menyebarkan dakwah Islam di Kota Palembang. Melihat adanya kesenjangan yang terjadi maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul:

**“STRATEGI KOMUNIKASI MAJALAH ASSAJIDIN DALAM KONSISTENSI PENYEBARAN DAKWAH ISLAM MELALUI MEDIA CETAK DI KOTA PALEMBANG”**

**B. Rumusan Masalah**

1. Apa saja Faktor pendukung dan Faktor penghambat majalah AsSajidin dalam konsistensi penyebaran dakwah Islam melalui Media cetak di Kota Palembang
2. Bagaimana strategi komunikasi majalah AsSajidin dalam Konsistensi penyebaran dakwah Islam melalui media cetak di Kota Palembang

---

<sup>10</sup> Jemmy Sapoetra, *As-Sajidin Satu-Satunya Media Islam di Palembang yang Eksis berdakwah*, <https://assajidin.com/2018/05/08/6284/>, Diakses pada 24 Oktober 2018.

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor penghambat dan pendukung majalah AsSajidin dalam konsistensi penyebaran dakwah Islam.
2. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi majalah AsSajidin dalam Konsistensi penyebaran dakwah Islam melalui media cetak di Kota Palembang

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat teoritis

Memberikan wawasan dan menambah khazanah ilmu pengetahuan khususnya di bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam

2. Manfaat Praktis

Sebagai pertimbangan bagi pihak penerbit media cetak khususnya majalah dakwah Islam dalam mengambil kebijakan

### **E. Tinjauan Pustaka**

Dalam penulisan untuk penyusunan skripsi, penulis akan mencantumkan penelitian yang terkait dengan judul yang diteliti oleh penulis guna untuk melakukan perbandingan pada pembahasan yang akan penulis teliti.

Dalam mencari referensi atau bahan untuk membuat skripsi, penulis mendapatkan beberapa penelitian yang menjadi modal penulis dalam pembuatan skripsi, adapun penelitian yang berhubungan dengan judul skripsi penulis yaitu sebagai berikut :

Penelitian yang di teliti oleh Desy Eka Driani dengan judul Analisis Deskriptif Fungsi Manajemen Redaksi Majalah Janna pada Tahun 2013 di Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, dalam penelitiannya berkesimpulan bahwa media cetak terutama majalah tentunya ingin mempertahankan konsistensi mereka dalam penyajian informasi berita yang Islami serta pengetahuan yang sesuai dengan fakta yang ada dengan cara yang baik, yang berimbang dan tidak berpihak demi mendapatkan kepuasan pembacanya, dan karyawannya jika menjalani fungsinya dengan cara yang baik.

Maka cara yang ditempuh oleh manajemen redaksi salah satunya adalah pengaktualisasian beberapa fungsi manajemen redaksi, yaitu fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengawasan pengembangan, kompensasi, integrasi hingga fungsi pemeliharaan. Artinya peneliti memfokuskan tentang bagaimana manajemen redaksi majalah janna dalam mempertahankan majalah tersebut agar dapat terus berjalan dengan baik.

Persamaannya pada kali ini ialah sama-sama meneliti bagaimana majalah tersebut dapat terus berjalan dengan baik dan tetap ada sebagai media massa terutama sebagai media cetak yang bertujuan untuk berdakwah, jika peneliti meneliti tentang manajemen atau pengelolaan redaksi dari majalah Janna tersebut, maka peneliti meneliti bagaimana strategi komunikasi yang diberlakukan majalah AsSajidin sehingga tetap konsisten sebagai media cetak yang bernuansa Islami.

Perbedaannya hanyalah peneliti memfokuskan pada analisis deskriptif untuk menganalisis fungsi dari redaksi manajemen majalah tersebut sedangkan peneliti hanya memfokuskan tentang bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh pihak penerbit dalam mempertahankan konsistensi penyebaran dakwah Islam yang ada di Kota Palembang pada saat ini.

Penelitian dari Mifta Farid dengan judul “ Presepsi remaja terhadap bacaan rubrik kisah nyata pada Majalah Intisari Islamiyah Hidayah (Studi pada remaja masjid Al-Aqobah II komplek Pusri Kel.Sako Kec.Sako Palembang ) pada Tahun 2007 di Institut Agama Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

Dari hasil Penelitian ini terlihat bahwa adanya Presepsi dari remaja yang menyatakan keragu-raguan mereka terhadap rubrik kisah nyata pada majalah hidayah karena sifatnya yang fiktif dan tidak faktual, namun dengan adanya majalah sebagai media dakwah pada majalah intisari Islamiyah Hidayah dapat meningkatkan keimanan para remaja Islam dan dapat memotivasi manusia menjadi lebih baik.

Oleh karena itu, jika peneliti memfokuskan pada presepsi dan pengaruh yang ditimbulkan oleh majalah Hidayah tersebut maka peneliti memfokuskan pada konsistensi penyebaran dakwah Islam melalui media cetak terhadap pembaca, serta apakah pesan dakwah tersebut tersampaikan atau tidak kepada audiens.

Dalam penelitian ini persamaan yang diambil peneliti ialah sama-sama meneliti mengenai media cetak Islami yaitu Majalah yang berisi tentang dakwah islamiyah

yang beredar dikota Palembang sehingga di nikmati pembacanya yang sama-sama berada di Kota Palembang.

Penelitian oleh Umi Kholifatur Rasida, Majalah Langitan sebagai media dakwah (Analisis Majalah Langitan Dilihat dari Karakteristik Media Dakwah) pada tahun 2016 di Universitas Islam Negeri WaliSongo Semarang. Peneliti berkesimpulan bahwa majalah Langitan terdapat materi dakwah yaitu materi akidah pada rubrik Asbabun Nuzul, materi syariah terdapat pada rubrik Masail dan materi akhlak terdapat pada rubrik Tausyiah.

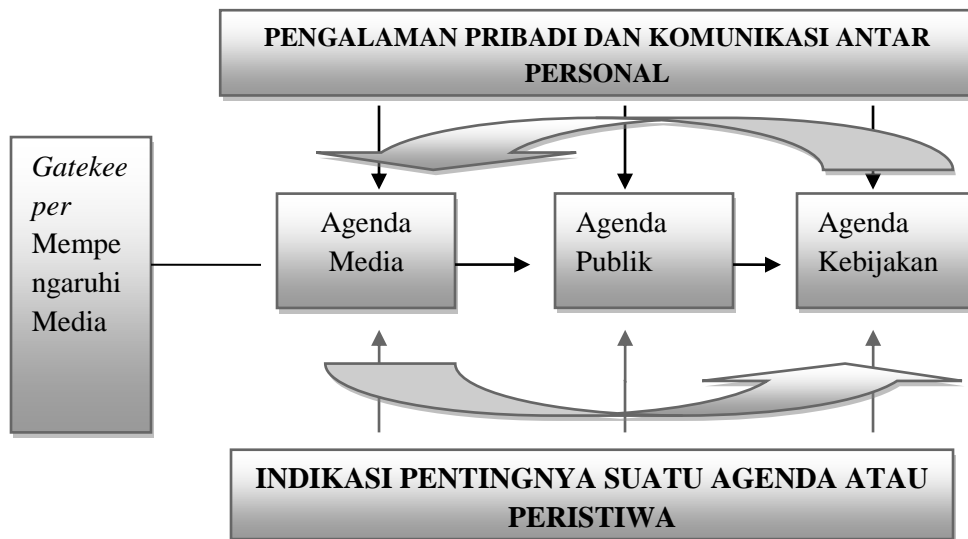
Respon dari pembaca majalah Langitan cukup baik, diantara pembaca banyak yang merasa ada perubahan setelah membaca majalah Langitan, diantaranya Banyak ilmu dan pengetahuan baru yang didapat dalam rubrik-rubrik yang disajikan dalam Majalah langitan, dan adanya hasrat untuk memperbaiki diri setelah membaca majalah Langitan serta adanya rasa ingin tahu dalam diri pembaca setelah membaca majalah Langitan.

Persamaan yang terdapat pada penelitian ini adalah sama-sama meneliti majalah yang bermuatan nilai-nilai keislaman, perbedaannya terletak pada analisis karakteristik yang difokuskan oleh peneliti sedangkan penelitian kali ini lebih terfokus pada konsistensi majalah AsSajidin dalam Penyebaran dakwah Islam sebagai media cetak.

## F. Kerangka Teori

Dalam memahami masalah yang diangkat dalam penelitian ini, diperlukan sudut pandang yang akan menentukan dari arah mana analisis akan difokuskan utama dari penelitian ini adalah ingin memahami dan mendapatkan gambaran yang jelas bagaimana Strategi komunikasi majalah AsSajidin dalam konsistensi penyebaran dakwah Islam melalui media cetak di Kota Palembang dalam hal ini peneliti menggunakan teori komunikasi *Agenda Setting*.

Kedua ilmuwan ini juga menekankan bahwa bukan berarti mereka menuduh. Bahwa media selalu dengan sengaja mempengaruhi *audience* dengan informasi dan berita yang disampaikan melalui media serta memiliki tujuan tertentu.<sup>11</sup>



Stephen W. Littlejohn berkata, *Agenda Setting* beroperasi dalam tiga bagian sebagai berikut yaitu, Agenda media itu sendiri harus diformulakan. tahapan ini akan menimbulkan masalah bagaimana agenda media itu terbentuk pada tahap pertama, dan Agenda media akan memengaruhi atau berhubungan

<sup>11</sup> Ni Made Ras Amanda Gelgel, *Tren Pola Konsumsi Media di Indonesia 2015*, <https://simdos.unud.ac.id/pdf>, Diakses tanggal 24 Oktober 2018.

dengan agenda public atau kepentingan isu tertentu terhadap publik. Hal ini memunculkan permasalahan seberapa signifikan media kuat dan mampu memengaruhi agenda publik dan bagaimana publik itu menindaklanjutinya. Serta Agenda publik memengaruhi atau berhubungan dengan agenda kebijakan. agenda kebijakan adalah proses pembentukan kebijakan publik yang dinilai penting bagi individu.<sup>12</sup>

Pada teori *agenda setting* majalah AsSajidin sebagai media yang dapat mempengaruhi dan menentukan pola pikir, tingkah laku serta proses kebijakan yang akan diambil oleh audiens melalui pesan-pesan dakwah Islam yang disampaikan oleh majalah AsSajidin, konsistensi yang dilakukan oleh AsSajidin dalam menyampaikan dakwah Islam di kota Palembang melalui media cetak akan mampu membuat audiens menilai sesuatu yang penting berdasarkan apa yang disampaikan oleh majalah AsSajidin yaitu berupa pesan dakwah yang tersirat maupun tersurat.

Dalam teori ini, jika media memberikan tekanan pada suatu peristiwa maka media itu akan mempengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting, dengan kata lain, apa yang dianggap penting oleh media akan dianggap penting pula oleh masyarakat. Dan apa yang dilupakan media akan dilupakan pula oleh masyarakat.<sup>13</sup>

Untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat jalannya dakwah yang disampaikan melalui majalah AsSajidin, maka peneliti memilih untuk menggunakan analisis SWOT atau TOWS, analisis ini digunakan agar dapat menganalisis strategis mengenai permasalahan situasi atau faktor kelemahan,

---

<sup>12</sup>*Ibid.*

<sup>13</sup> Nawiro Vera, Komunikasi Massa, (Bogor:Ghalia Indonesia 2016). h.132.

kekuatan, peluang, ancaman tertentu yang bersumber dari aspek internal dan eksternal lembaga dengan menelaah informasi fakta dan data yang dihimpun oleh peneliti.<sup>14</sup>

Ini menjadi sangat penting, mengingat majalah AsSajidin sebagai media cetak yang menyampaikan ajaran Islam di Kota Palembang, memiliki potensi untuk menggiring pola pikir masyarakat agar selalu di bentengi oleh syariat agama sehingga tidak menimbulkan fikiran-fikiran bebas dan sekularisme.

Kemudian, untuk mengetahui strategi komunikasi majalah AsSajidin dalam konsistensi penyebaran dakwah Islam, peneliti menggunakan teori komunikasi yang biasa digunakan media massa dalam menyampaikan pesannya terhadap audiens, yaitu *Elaboration Likelihood Model*, teori ini dikembangkan oleh Petty dan Cacioppo, adapun dasar dari teori ini bahwa manusia akan memproses pesan-pesan persuasif dengan cara-cara tertentu. Seringkali audiens menanggapi pesan persuasif dalam media massa dengan cara yang sangat kritis dan tidak terburu-buru, mempertimbangkan keuntungan dan kerugian dan tidak tergesa-gesa dalam menyetujui pesan persuasif tersebut. dalam teori ini terdapat dua rute yaitu eksternal dan sentral, pada sentral media menampilkan argumen yang sangat kuat sehingga dapat meyakinkan audiens dengan pesan yang disampaikan.

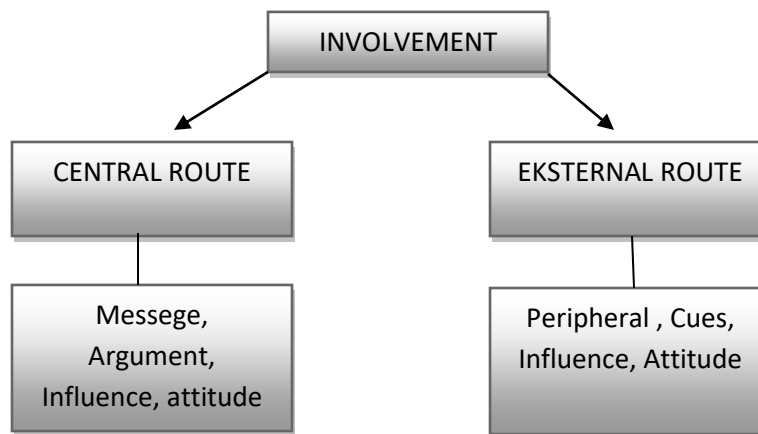
Pada rute eksternal biasanya audiens tidak mencurahkan energi kognitif untuk mengevaluasi argumen dan memproses informasi di dalam pesan namun lebih dibimbing melalui isyarat-isyarat eksternal seperti kredibilitas sumber, gaya, format

---

<sup>14</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Indoensia, 2017), h.15.



pesan, suasana hati penerima dan sebagainya, dapat disimpulkan bahwa teori ini bergantung pada bagaimana komunikasi menyampaikan pesannya kepada audiens agar audiens dapat memproses pesan yang disampaikan, proses penerimaan pesan tersebut bergantung pada kuat atau lemahnya media sebagai komunikasi dalam menyampaikan pesan tersebut.<sup>15</sup>



### 1. Pengertian Strategi

Menurut KBBI strategi merupakan rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.<sup>16</sup> Di dalam strategi yang baik terdapat koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor-faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.

<sup>15</sup> Suciati, *Teori Komunikasi dalam Multi Perspektif*, (Jogjakarta: Mata Padi Presindo, 2017), h.132.

<sup>16</sup>Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka 1998), h.859.

Penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan, dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan itu.<sup>17</sup> Strategi ditinjau dari kata merupakan turunan dari kata dalam bahasa Yunani, yaitu *strategos*. Adapun *strategos* dapat diterjemahkan sebagai komandan militer pada zaman demokrasi Athena.

## 2. Komunikasi

Istilah komunikasi berpangkal pada perkataan Latin *Communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih, komunikasi juga berasal dari akar kata bahasa Latin *Communico* yang artinya membagi<sup>18</sup>

Komunikasi adalah ketika adanya hubungan antara dua orang atau lebih yang sedang membagikan suatu informasi antara satu dan lainnya, karena pada umumnya komunikasi itu dilakukan secara lisan namun belakangan ini komunikasi telah dapat dilakukan dengan tulisan dan beragam cara lain seiring dengan berkembangnya zaman.

## 3. Majalah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Majalah adalah terbitan berkala yang isinya meliputi liputan jurnalistik, pandangan, topik aktual yang patut diketahui

---

<sup>17</sup>Peni Sawitri, *Pengertian Strategi*, [peni.staff.gunadarma.ac.id/Downloads/Strategi.pdf](http://peni.staff.gunadarma.ac.id/Downloads/Strategi.pdf)  
Di akses tanggal 24 Oktober 2018.

<sup>18</sup>Hafied Cangara, *Op.Cit*, h. 20.

konsumsi pembaca, artikel, sastra dan sebagainya sedangkan menurut pengkhususan isinya dibedakan atas majalah berita, wanita, remaja, olahraga, sastra, agama dan ilmu pengetahuan tertentu.<sup>19</sup>

Majalah adalah media cetak satu-satunya yang memiliki genre atau jenis sesuai dengan target pembaca majalah tersebut, majalah juga sebagai media cetak yang memiliki visualisasi yang baik dan tampilan dengan warna yang menarik sehingga penyajian terlihat sangat dalam dibandingkan dengan media cetak lain seperti buletin, koran dan selebaran.

Majalah memiliki nilai aktualitas lebih lama dengan pesan pesan yang ringan dan dapat dijadikan hiburan, pemberi informasi yang baik untuk pembacanya meskipun sekarang ini banyak sekali media-media massa yang bermunculan seperti media-media elektronik, radio dan televisi lebih-lebih telah merambat pada media online yang memberikan banyak kemudahan pada para penggunanya. Keberadaan majalah sangat penting mengingat majalah memuat informasi dari berbagai bidang, dengan kreatif dan inovatif majalah menyajikan informasi tersebut dalam bentuk yang beragam, sehingga majalah lebih mendekatkan dirinya pada emosional para pembacanya.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka 1998), h.545.

<sup>20</sup>Dessy Eka Driani, *Analisis Deskriptif Fungsi Manajemen Redaksi Majalah Janna*, <http://repository.uinjkt.ac.id/DESSYKADRIANI-FDK.pdf>, Diakses pada tanggal 24 Oktober 2018.

#### **4. Konsistensi**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Konsistensi berarti tidak berubah-ubah, ketetapan ataupun kemantapan.<sup>21</sup> Pada pengertian istilah konsistensi adalah fokus pada satu bidang yang mana kita tidak akan berpindah menuju bidang lain sebelum pondasi bidang pertama benar benar kuat.

Merujuk pada *oxford dictionary* bahwa konsistensi merupakan tindakan sama yang dilakukan berulang-ulang dari waktu ke waktu, dan menurut *cambridge dictionary* konsistensi adalah sebagai sesuatu yang tidak berubah, atau selalu bertindak dan terjadi secara sama terutama dalam hal positif.<sup>22</sup>

#### **5. Media Cetak**

Media merupakan suatu alat atau sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dapat juga diartikan sebagai perantara atau penghubung sesuai dengan arti katanya pada Kamus Besar Bahasa Indonesia.<sup>23</sup>

Media merupakan lembaga sosial yang terpisah namun berada dalam masyarakat, media memiliki aturan-aturan dan tindakannya sendiri, namun biasanya media memiliki batasan ataupun ruang lingkup yang jelas terhadap masyarakat yang lebih luas. Hubungan media dan masyarakat pada dasarnya akan tergantung dimana

---

<sup>21</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *op.cit.*, h.457.

<sup>22</sup><http://definisi.menurutparaah.com/pengertian-konsisten>. *Pengertian Konsistensi*, Diakses pada tanggal 24 Oktober 2018

<sup>23</sup>Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus besar Bahasa Indonesia*,(Jakarta: Balai Pustaka, 1998 ), h.569.

dan kapan media itu berada.<sup>24</sup> Media cetak merupakan sarana media massa yang dicetak dan diterbitkan secara berkala seperti surat kabar dan majalah.<sup>25</sup>

## 6. Dakwah Islam

Sedangkan dakwah menurut Ahmad Warson Munawir berasal dari kata *Da'a* mempunyai beberapamakna antara lain memanggil, mengundang, minta tolong, meminta, memohon, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, menangi dan meratapi. Dalam Al-Qur'an kata dakwah di temukan tidak kurang dari 198 kali dengan makna yang berbeda-beda setidaknya terdapat 10 macam yaitu mengajak dan menyeru, Berdoa, mendakwa (menudu), mengadu, memanggil, meminta, mengundang, Malaikat israfil, gelar, anak angkat.<sup>26</sup>

Dari perbedaan makna tersebut sebenarnya semuanya tidak terlepas dari unsur aktifitas memanggil, mengajak, menyeru seseorang untuk mengikuti kita. Dalam kamus besar bahasa Indonesia kata dakwah memiliki arti sebagai penyiaran, propaganda, penyiaran agama, dan pengembangan dikalangan masyarakat, seruan untuk memeluk, mempelajari dan mengamalkan ajaran agama.<sup>27</sup>

Hukum dakwah adalah wajib bagi setiap umat manusia di muka bumi ini di perkuat oleh dalil pada Al-Qur'an Surah Ali Imran ayat 104 yang berbunyi :

---

<sup>24</sup>Morissan, *Teori Komunikasi Individu hingga Massa*, ( Jakarta: Kencana Pramedia Group, 2014), h. 481.

<sup>25</sup>Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *op.cit.*, h. 569.

<sup>26</sup>Aliasan, *Strategi Dakwah Islam dalam Merubah Sikap*, ( UIN Raden Fatah Palembang, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam,2015), h.59.

<sup>27</sup>Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1998), h.181.

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

Artinya: "Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung".<sup>28</sup>

Kemudian ditegaskan kembali oleh perkataan Rosulullah pada Hadist sahih Muslin tentang betapa pentingnya bagi manusia untuk berdakwah dengan berbagai cara yang baik dan sesuai dengan kemampuan manusia tersebut, yang berbunyi :

مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيَعْبِرْهُ بِيَدِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِقَلْبِهِ وَذَلِكَ أَضْعَفُ الْإِيمَانِ

Artinya: Rasulullah pernah bersabda “Barangsiapa yang melihat kemungkaran, maka cegahlah dengan tanganmu, apabila belum bisa, maka cegahlah dengan mulutmu, apabila belum bisa, cegahlah dengan hatimu, dan mencegah kemungkaran dengan hati adalah pertanda selemah-lemah iman”.<sup>29</sup>

Dapat disimpulkan bahwa media dakwah adalah alat untuk membantu dalam berdakwah atau yang populer di dalam proses belajar mengajar disebut dengan alat peraga, alat bantu yang memiliki peranan penting dalam menunjang tercapainya suatu tujuan yang maksimal, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengertian dari

---

<sup>28</sup>Al-Qur'an Terjemahan dan Asbabun Nuzul, (Surakarta: Pustaka Alhanan, 2009), h. 63.

<sup>29</sup> Imam An Nawawi, Terejemah Hadist Arba'in AnNawawiyah, (Jakarta: Al-Ithisom Cahaya Umat, 2003 ), Cet, Ke-3, h.54.

media dakwah adalah segala sesuatu yang dapat di pergunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan, media dakwah ini dapat berupa barang, orang, tempat, kondisi tertentu dan sebagainya.

## **G. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Adapun penelitian disini adalah penelitian lapangan yakni penelitian dengan mengamati langsung ke lokasi penelitian yaitu Kantor Redaksi Majalah AsSajidin dan juga staf-staf yang terlibat di Kantor tersebut.

### **2. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif, dengan metode kualitatif melalui survey objek yang diteliti, dalam penelitian kualitatif ini pengumpulan data dapat diperoleh oleh peneliti sendiri bahkan bisa di dapatkan dari bantuan orang lain.

Metode kualitatif ini digunakan karena beberapa pertimbangan, pertama menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan yang ada, kedua metode ini menyajikan secara langsung dan hakikat hubungan langsung dan respons, ketiga metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup>Moleong, Laxy J. *Metode Kualitatif*, ( Bandung: Remaja Roskarya, 2005), h. 10.

### 3. Sumber Data

Dalam penelitian ada dua sumber data yaitu Data Primer dan Data Sekunder.

- a. Sumber data Primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli ( tidak melalui perantara), sumber data primer diperoleh melalui *depth interview* seperti halnya mewawancarai Kepala Redaksi dan Staf-Staf Redaksi di AsSajidin.
- b. Sumber data Sekunder adalah tidak dirancang secara spesifik. Data sekunder digunakan sebagai pelengkap di dalam penelitian ini, data sekundernya adalah buku-buku yang berkaitan dengan Majalah-Majalah, Strategi komunikasi serta Media Dakwah Islam dan sebagainya yang berhubungan dengan penelitian

### H. Teknik Pengumpulan Data

#### 1. Wawancara

Proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan atau orang yang diwawancarai, pada teknik ini menggunakan pertanyaan yang diajukan secara lisan terhadap responden atau subjek, selain tatap muka teknik wawancara bisa dilakukan melalui telepon (*telephone interview*).<sup>31</sup>

Pada teknik wawancara ini, peneliti akan mewawancarai Redaktur Pelaksana dari Majalah AsSajidin tersebut, maksudnya peneliti mengajukan pertanyaan-

---

<sup>31</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, ( Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017), h.23.



pertanyaan tergantung apa keperluan dari peneliti untuk memperoleh informasi terkait majalah AsSajidin sebagai objek penelitian.

## **2. Observasi**

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indera mata sebagai alat bantu utamanya, karena itu observasi merupakan hasil dari pengamatan yang dilakukan oleh mata dan indera pendukung lainnya. Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data pengamatan dan data penelitian yang ada. Dalam hal ini peneliti mengadakan pengamatan langsung dengan datang ke Kantor Redaksi Majalah AsSajidin di Jl. R.Sukamto Simpang Sekip Palembang.

## **3. Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang telah berlalu, dokumen tersebut bisa berbentuk tulisan maupun gambar. Dokumen yang berbentuk tulisan dapat berupa catatan harian, sejarah, kehidupan, biografi, peraturan, atau kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar seperti berupa foto, sketsa dan lain sebagainya.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup>Burhan Bungin, Penelitian Kualitatif, ( Jakarta: Kencana Penada Media Group, 2011), h.118-124

## **I. Sistematika Pembahasan**

Untuk mempermudah dalam sistematika pembahasan serta mempermudah dalam pencapaian tujuan, maka pembahasan dan penulisan dalam penelitian ini secara rinci akan diuraikan berdasarkan garis besar dan disajikan kedalam lima bab, dengan sistematika sebagai berikut :

**BAB I** adalah pendahuluan. Dalam bab ini akan dijelaskan secara rinci pokok pikiran yang melatar belakangi timbulnya masalah, pengertian judul, tujuan, dan kegunaan penelitian dan garis-garis besar dari isi skripsi ini.

**BAB II** adalah tinjauan umum tentang strategi, meliputi pengertian strategi, komunikasi, majalah, konsistensi , media cetak, dakwah Islam.

**BAB III** adalah deskripsi wilayah penelitian berisikan tentang sejarah Majalah AsSajidin dan bagaimana struktur redaksi dari Majalah AsSajidin tersebut.

**BAB IV** adalah membahas dan menganalisa data serta menjawab dari bagaimana strategi komunikasi majalah AsSajidin dalam konsistensi penyebaran dakwah islam melalui media cetak di kota Palembang.

**BAB pV** adalah penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran-saran.