

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Dakwah artinya mengajak, menyeru, menyampaikan nasehat kepada manusia supaya taat kepada Allah SWT, menyeru kepada kebenaran, kebaikan dan meninggalkan larangan Allah SWT. Kegiatan dakwah adalah suatu tanggung jawab bagi setiap muslim, dan dakwah juga ditujukan kepada siapa saja, yakni tak terlepas itu orang muslim ataupun non muslim dengan tujuan agar mereka memahami tentang Islam secara benar dan pada akhirnya dapat menerima Islam sebagai pedoman hidup. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surah Al-Nahl ayat 125 :

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجَدِّلْهُمْ بِأَتَىٰ هِيَ أَحْسَنُ ۗ

Artinya :

*“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik<sup>1</sup>”*. (QS. An-Nahl: 125)

Ayat diatas menuntut para juru dakwah atau yang kita kenal dengan sebutan da'i untuk menyeru manusia kearah kebaikan dengan cara hikmah atau bijaksana. Hikmah di sini adalah dilihat dari pendekatan dakwahnya, materi serta cara dan metode yang sesuaidan tepat. Metode dakwah yang ambil atau dilakukan juga dituntut

---

<sup>1</sup> Department Agama Republik Indonesia, Al-Quran dan Terjemahan, (Bandung: 2009), h.281

harus sesuai dengan situasi dan kondisi (tempat dan keadaan sasaran). Jadi hikmah dapat dipahami sebagai memilih cara atau metode yang tepat dan sesuai untuk mencapai suatu jalan atau tujuan.<sup>2</sup>

Hal ini telah tercantum di dalam Al-Qur'an dan hadits Nabi yang menjelaskan bagaimana dakwah ini perlu dilakukan agar pesan yang disampaikan dalam dakwah tersebut bisa tersampaikan dengan maksimal dan diterima oleh masyarakat. Maka kita sebagai umat muslim memiliki kewajiban untuk melanjutkan dakwah tersebut dimanapun dan kapanpun sesuai dengan kemampuan kita masing-masing tanpa harus menghiraukan apakah dakwah yang kita sampaikan akan diterima atau tidak oleh masyarakat.

Dakwah tidak dapat dijalankan secara musiman atau terikat pada bulan-bulan tertentu saja, atau hanya bertepatan dengan hari-hari tertentu saja misalnya hanya pada hari besar Islam saja, di tempat-tempat tertentu saja atau kepada orang-orang tertentu saja. Allah SWT berfirman di dalam surah Ali Imran ayat 104:

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

الْمُفْلِحُونَ

Artinya:

*“Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma’ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung”<sup>3</sup> (QS. Ali Imran: 104)*

---

<sup>2</sup> Ruzaini Syukor, *Dakwah Dan Teknologi Maklumat*, (Malaysia Putrajaya: Penerbitan JAKIM, 2011) h11

Maka kewajiban berdakwah tidak hanya dibebankan kepada orang-orang tertentu saja, melainkan kewajiban bagi setiap umat muslim dari semua lapisan masyarakat. Seorang ibu berkewajiban mendidik dan menanam benih keimanan kepada anaknya sejak dari lahir sampai dewasa, demikian juga dengan seorang ayah. Yang telah diberi amanah menjadi seorang pemimpin baik dalam lingkungan keluarga maupun suatu organisasi atau sebuah instansi pemerintahan juga memiliki kewajiban untuk turut berdakwah. Mereka berkewajiban menyampaikan, memimpin dan memberitahu para bawahannya, karyawannya, atau rakyatnya supaya taat kepada Allah SWT, dan senantiasa melakukan perintah-perintah Allah SWT serta meniggalka laranganNYA.

Oleh karena itu, inilah yang telah diperintahkan oleh Allah SWT kepada semua hambanya dari zaman Nabi-Nabi terdahulu hingga sekarang ini supaya senantiasa menyeru kepada yang ma'ruf dan menghindari segala yang munkar. Serta para pendakwah hendaklah senaniasa menjadika Al-Qur'an dan as-sunnah sebagai landasan dalam malakukan dakwah agar pesan yang disampaikan bisa diterima oleh masyarakat. Walaupun seperti yang kita ketahui bahwa dunia sudah mengalami kemajuan yang begitu pesat dalam semua bidang, tetapi hal itu tidak bisa dijadikan alasan untuk lari dari tanggung jawab yang telah diamanahkan oleh Allah SWT.

Di zaman sekarang ini ada banyak sekali situs-situs atau portal dan blog yang mengandung nilai-nilai Islami yang dibuat untuk mempermudah kegiatan dakwah dan menyebarkan ajaran Islam secara luas dan lebih cepat. Bahkan melalui pendekatan inilah dakwah Islamiah dapat tersebar luas ke seluruh dunia yang hanya dengan

---

<sup>3</sup> Departement Agama RI, *Opcit*, h.63

menggunakan ujung jari saja. Inilah bukti yang menunjukkan bahwa kerja dakwah tidak pernah ada akhirnya. Hal itu akan terus berlangsung sesuai perkembangan zaman dan perubahan pemikiran manusia.

Media Massa merupakan suatu kebutuhan dalam kehidupan manusia masa kini, karena hal itu memiliki peran yang sangat penting untuk meningkatkan pemahaman tentang Islam, menyalurkan informasi teraktual mengenai perkembangan yang ada serta memfokuskan perhatian masyarakat tentang isu-isu tertentu yang terjadi dalam kehidupan masyarakat Islam universal.<sup>4</sup> Untuk menggerakkan peran media tersebut secara maksimal, maka individu dan masyarakat Islam harus mampu menggunakan berbagai media secara professional agar tidak mudah terpengaruhi oleh media yang dibuat oleh pihak-pihak yang kontra dengan Islam . Melalui media massa semua informasi yang dibutuhkan umat Islam dapat dituangkan oleh umat Islam itu sendiri sesuai keinginan selama hal itu tidak bertentangan dengan ajaran Islam dan sudah tentu hal itu menjadi alternative tersendiri bagi umat Islam. Misalnya dalam menyajikan informasi yang berkaitan dengan kebudayaan, ilmu pengetahuan, politik, sosial, hiburan dan sebagainya.

Jadi majalah adalah sebuah penerbitan berkala (buku harian) yang terbit secara teratur dan sifat isinya tidak menampilkan pemberitaan atau sari berita, melainkan berupa artikel, opini dan lain-lain yang pembahasannya bersifat menyeluruh dan mendalam. Majalah diklasifikasikan kedalam beberpa bagian bedasarkan objek sasaran pasarnya yaitu jenis kelamin, usia, hobi, minat, dan sebagainya. Majalah juga

---

<sup>4</sup> Tuah Iskandar, *Kewartawanan Islami Dicabar, Tercabar, Mencabar*, (Kuala Lumpur: Karya Media Publisher, 1990), h. 20

dikategorikan berdasarkan sifat atau misinya yaitu majalah berita, majalah hiburan, majalah berbahasa daerah dan majalah agama.<sup>5</sup> Media massa cetak dalam bentuk majalah telah lama dikenal masyarakat. Karena majalah merupakan sarana komunikasi yang dapat dimanfaatkan untuk memberikan informasi selengkap dan semenarik mungkin. Informasi-informasi yang terdapat pada majalah dikemas sedemikian rupa dalam aneka bentuk publikasi seperti liputan berita, liputan khusus, features, iklan, dan lain-lainnya sehingga menjadi menarik.

Majalah bisa menarik karena sifatnya yang lama dalam pengertian bahwa informasi yang dipublikasikan tersebut bisa disimpan tanpa harus melakukan 'recording' sebagaimana dalam media elektronik (TV dan Tadio), sehingga informasi tersebut dengan mudah didapatkan kembali sewaktu-waktu diperlukan. Dengan demikian media massa cetak adalah media Informasi yang bersifat awet dan isi beritanya bisa di baca berulang-ulang tidak seperti TV dan Radio. Di sinilah letak kekuatan media massa cetak khususnya majalah.<sup>6</sup> Diera globalisasi sekarang ini, ada banyak sekali media massa yang berdiri baik yang dimiliki oleh swasta maupun oleh pemerintah yang bertujuan menyampaikan informasi kepada masyarakat. dan media massa yang ada diklasifikasikan kedalam beberapa bagian yakni media tradisional (koran, buku, majalah), media warisan (pertunjukan seni warisan bangsa) dan media baru (internet, web dan sebagainya).<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Junaedhi, *Rahasia Dapur Majalah*, (Indonesia:1995). h. 11

<sup>6</sup> Meirisha Asnita, "*Rubrik Fashion di Majalah Gogirl! Dan Opini Mahasiswi (Studi Deskriptif Tentang Rubrik Fashion di Majalah Gogirl!*", Disertai Sarjana Muda Ilmu Komunikasi, (Sumatera Utara: Repository, 2011), h. 2.

<sup>7</sup> Muafakat Malaysia, <http://muafakatmalaysia.com/2012/10/22/abdul-latif-abu-bakar-perananan-media-dalam-dakwah-islamiah/>. Diakses tanggal 4 Maret 2015.

Jenis-jenis majalah sendiri sangat banyak, seperti majalah wanita, majalah musik, majalah remaja, majalah otomotif, dan lain-lainnya yang dibuat sesuai dengan target pembacanya. Banyak sekali jenis majalah yang diterbitkan, baik yang bentuk ilmiah, hiburan, olahraga dan sebagainya. Namun, majalah yang khusus untuk anak-anak yang berunsurkan ilmiah sangat sedikit dari segi penerbitannya. Jadi, perusahaan Galeri Ilmu Sdn. Bhd (GISB) yang merupakan perusahaan penerbitan yang beroperasi di jalan Aminuddin Baki, Taman Tun Dr. Ismail, 60000 Kuala Lumpur telah menerbitkan satu majalah yang khusus untuk anak-anak umumnya dan pelajar khususnya yaitu majalah ASUH.

Dari masa kemasa seiring perjalanan waktu, GISB terus berinovasi untuk menambah referensi bacaan yang bersifat ilmiah khusus bagi supaya penyampaian dakwah yang bersifat ilmiah dan melalui media cetak lebih menarik dan efektif kepada masyarakat negara ini. Sehingga dengan adanya hal tersebut membuat penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian tentang majalah ini sebagai salah satu media dakwah yang efektif.

Adapun alasan penulis memilih majalah Asuh sebagai objek penelitian dikarenakan majalah Asuh telah lama berdiri di Malaysia sejak tahun 1997 yang lalu. Dan juga karena majalah asuh merupakan salah satu majalah yang membawa gambar komik Islamic yang target pembacanya adalah pelajar sekolah dasar yaitu 12 tahun kebawah. Dalam penelitian ini, penulis ingin mengetahui bagaimana peranan para penulis majalah sebagai pendakwah yang menyampaikan kebenaran dalam bentuk tulisan, dan bagaimana peran majalah Asuh dalam menjalankan dakwah Islamiah. Karena para penulis harus bisa menyakinkan semua kalangan terkhusus kaum yang

sangat membenci Islam akan kebenaran tentang Islam sehingga pada akhirnya mereka akan tertarik untuk menerima Islam. Sementara, penulisan tersebut harus menarik, singkat dan tidak menyulitkan para pembaca untuk memahaminya.

## **B. Perumusan Masalah**

Dari latar belakang yang dikemukakan diatas, maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah isi rubrik keagamaan majalah Asuh dalam menyebarkan dakwah Islamiah bagi pelajar di Malaysia?
2. Bagaimanakah metode dakwah yang digunakan oleh majalah Asuh dalam menyebarkan dakwah Islamiah bagi pelajar di Malaysia?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui isi rubrik keagamaan majalah asuh dalam penyebaran dakwah Islamiah bagi pelajar di Malaysia.
2. Untuk mengetahui metode-metode dakwah yang digunakan majalah Asuh dalam menyebarkan dakwah Islamiah bagi pelajar di Malaysia.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Sedangkan kegunaan dari penelitian ini adalah agar dapat bermanfaat dan berguna bagi masyarakat Islam secara luas dan terutama bagi penulis sendiri khususnya. Namun secara rinci, kegunaan penelitian dan pembahasan ini dapat penulis paparkan antara lain sebagai berikut:

1. Dengan mengadakan penelitian ini, diharapkan dapat menambah pengetahuan berpikir penulis secara pribadi terutama dalam melakukan dan mengadakan karya ilmiah, di samping ilmu pengetahuan yang penulis peroleh selama belajar di sini.
2. Secara praktis penelitian ini untuk mewujudkan nilai tambah dalam keilmuan tentang dakwah dan komunikasi dan dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada semua pembaca.
3. Sebagai sumbangsih pemikiran penulis kepada almamater tempat penulis menuntut ilmu pengetahuan dan kiranya berguna pula dalam menambah literature bacaan Perpustakaan Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.

#### **E. Tinjauan Pustaka**

Dalam penelitian ini, peneliti meneliti tentang “*Analisis Isi Rubrik Keagamaan Majalah Asuh Dalam Menyebarkan Dakwah Islamiah Pada Pelajar di Malaysia*”. Namun, sebelum lebih lanjut peneliti merujuk kepada penelitian terdahulu sebagai berikut:

Duha Ghoris (96 51 031) alumni Fakultas Dakwah menulis skripsi dengan judul “*Eksistensi Media Cetak Islam di Indonesia (Studi di Era Kebebasan Pers)*”. Dalam penelitian ini Duha lebih mengacu kepada keberadaan media cetak Islam di era reformasi, bagaimana media cetak Islam menghadapi kebebasan pers di Indonesia. Persamaannya dengan penulis adalah meneliti tentang media cetak, sementara itu perbedaannya adalah penulis memfokuskan pada peranan majalah dalam dakwah Islamiah.

Sedangkan Nelly Herlina (99 51 047) alumni fakultas dakwah menulis skripsi dengan judul *“Konsep Islam Dalam Menyebarluaskan Pesan Dakwah Dalam Media Cetak”*. Penelitian Nelly Herlina ini membahas mengenai bagaimana konsep Islam dalam menyebarluaskan pesan dakwah dalam media cetak, dan fungsi konsep Islam dalam menyebarluaskan pesan dakwah dalam media cetak. Persamaannya penelitian tersebut adalah bagaimana menyebarluaskan pesan dakwah melalui media cetak akan tetapi beliau tidak mengfokuskan peranan media cetak yaitu majalah dalam dakwah, maka penulis akan menyambung penelitian yg mengfokuskan peran majalah dalam dakwah Islamiah.

Ahmad Zarkasi, 0320800 tahun 2005 dalam skripsinya *“Peran Media Televisi Dalam Penyiaran Dakwah Islam Di Era Moden Bagi Perilaku Keagamaan Masyarakat di Kabupaten Magelang”*. Menyatakan bahwa dalam era modernisasi saat ini, kemajuan teknologi semakin tak terbendung lagi mempengaruhi gaya hidup dan perilaku keagamaan masyarakat di semua lapisan. Kemajuan teknologi berdampak positif dalam menyajikan siaran dakwah Islam di televisi. Televisi sebagai media audio visual mampu menarik perhatian semua masyarakat untuk menyaksikan acara-acara atau program yang ada di televisi termasuk didalamnya penyiaran dakwah Islam.

Selain itu Ima Riantika (03 51 028) alumni Fakultas Dakwah menulis skripsi dengan judul *“Pengaruh Majalah Islami Dalam Peningkatan Pengetahuan Keagamaan Mahasiswa Fakultas Dakwah”*. Beliau membahas pengaruh Majalah Islami dalam peningkatan ilmu keagamaan terhadap mahasiswa Fakultas dakwah. Kajian di atas dapat di lihat bahwa ada kajian yang berupa majalah akan tetapi tiada

lagi kajian yang mengkhususkan kepada peranan majalah dalam dakwah. Justeru penulis ingin membuat penelitian yang lebih khusus kepada isi majalah Asuh dalam penyebaran dakwah Islamiah.

## **F. Kerangka Teori**

### 1. Komunikasi

Kita mulai dengan suatu asumsi dasar bahwa komunikasi berhubungan dengan perilaku manusia dan kepuasan terpenuhinya kebutuhan berinteraksi dengan manusia-manusia lainnya. Dan kebutuhan ini terpenuhi melalui pertukaran pesan yang berfungsi sebagai jembatan untuk mempersatukan manusia-manusia yang tanpa berkomunikasi akan terisolasi. Pesan-pesan itu mengemukakan lewat perilaku. Ketika kita berbicara, kita sebenarnya sedang berperilaku. Ketika kita melambaikan tangan, tersenyum, bersemuka masam, menganggukkan kepala, atau memberikan suatu isyarat, kita juga sedang berperilaku. Sering perilaku-perilaku ini merupakan pesan-pesan; pesan-pesan itu digunakan untuk mengkomunikasikan sesuatu kepada seseorang.<sup>8</sup>

Sebelum perilaku tersebut dapat disebut pesan, perilaku itu harus memnuh dua syarat. Pertama, perilaku harus diobservasi oleh seseorang, dan kedua, perilaku harus mengandung makna. Dengan kata lain, setiap perilaku yang dapat diartikan adalah suatu pesan. Bila kita memeriksa pernyataan akhir tersebut, kita dapat menemukan beberapa implikasi. Pertama, kata setiap menunjukan kepada kita, baik perilaku verbal ataupun perilaku nonverbal dapat berfungsi sebagai pesan. Pesan verba terdiri

---

<sup>8</sup> Dr. Deddy Mulyana, *Komunikasi Antarabudaya*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), Cet, Ke-12, h. 13

kata-kata terucap atau bertulis, sementara nonverbal adalah seluruh perbendaharaan perilaku lainnya.

Dengan konsep mengenai hubungan-hubungan perilaku sadar-tak sadar dan sengaja-tak disengaja ini, sekarang kita siap merumuskan suatu definisi komunikasi. Di sini, komunikasi didefinisikan sebagai apa yang terjadi bila makna diberikan kepada suatu perilaku. Bila seseorang memperhatikan perilaku kita dan memberi makna, komunikasi telah terjadi terlepas dari apakah kita menyadari perilaku kita atau tidak dan menyengajanya atau tidak. Bila kita memikirkan hal ini, kita harus menyadari bahwa tidak mungkin bagi kita untuk tidak berperilaku. Setiap perilaku memiliki potensi komunikasi; dengan kata lain, kita dapat tidak berkomunikasi.<sup>9</sup>

## 2. Komunikasi Massa

Komunikasi massa atau Pers adalah suatu istilah yang mulai dipergunakan pada tahun 1920-an untuk mengistilahkan jenis media yang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Dalam pembicaraan sehari-hari, istilah ini sering disingkat menjadi media. Media adalah bentuk jamak dari medium yang berarti tengah atau perantara. Massa berasal dari bahasa Inggris yaitu mass yang berarti kelompok atau kumpulan. Berarti, pengertian media massa adalah perantara atau alat-alat yang digunakan oleh massa dalam hubungannya satu sama lain.<sup>10</sup>

Media yang termasuk kedalam kategori media massa adalah surat kabar, majalah, radio, TV dan film. Kelima media tersebut dinamakan “The Big Five Of Mass Media” (lima besar media massa), media massa sendiri terbagi dua

---

<sup>9</sup> *Ibid*

<sup>10</sup> Burhan Soehadi, *Media Komunikasi Massa dan Perannya dalam Pembentukan Opini Publik Fakultas Hukum USU*, (Medan: USU, 1997), h. 38

macam, media massa cetak (printed media), dan media massa elektronik (electronic media). Yang termasuk media massa elektronik adalah radio, TV, film, termasuk Compact Disk.<sup>11</sup> Sedangkan media massa cetak dari segi formatnya dibagi menjadi enam yaitu:

- a. Koran atau Surat kabar.
- b. Tabloid
- c. Majalah.
- d. Buku.
- e. Newsletter.
- f. Buletin.

Selanjutnya media merupakan peranantara terpenting dalam menyampaikan sesuatu informasi atau pesan, sementara media massa pula adalah alat atau instrumen terpenting yang digunakan untuk menyampaikan informasi, membangun persepsi dan tanggapan, dan membentuk sikap masyarakat tentang informasi yang disampaikan. Penyampaian informasi dan pesan amatlah penting karena sesuatu ide, berita atau informasi tidak dapat disampaikan jika kita tidak memiliki media untuk menyampaikannya. Media massa atau media untuk menyampaikan informasi pula bisa dalam berbagai bentuk. Bentuk media massa yang lazim adalah media cetak seperti surat, koran, majalah atau buku, dan media elektronik seperti radio, televisi, komputer, hp dan teknologi informasi dan telekomunikasi yang lain.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> *Ibid*

<sup>12</sup> Yusof Muhammad, "Media Dan Isu Alam Sekitar", Jurnal Hadhari Ukm, 2010, h.2

### 3. Majalah

Beberapa ahli, mendefinisikan majalah sebagai kelompok berita, artikel, cerita, iklan, dan sebagainya, yang dicetak dalam lembaran kertas ukuran kuarto atau folio dan dijilid dalam bentuk buku, serta diterbitkan secara berkala, seperti seminggu sekali, dua minggu sekali atau sebulan sekali. Ada pula yang membatasi pengertian majalah sebagai media cetak yang terbit secara berkala, tapi bukan terbit setiap hari. Media cetak itu haruslah bersampul, setidaknya punya wajah, dan direncanakan secara khusus. Selain itu, media cetak itu dijilid atau setidaknya memiliki sejumlah halaman tertentu. Bentuknya harus berformat tabloid, atau saku, atau format konvensional sebagaimana format majalah yang kita kenal selama ini.<sup>13</sup>

### 4. Dakwah Islamiah

Menurut Enjang, Tajiri Hajir yang dikutip Didi Mudiono, dakwah dalam implementasinya merupakan kerja dan karya besar manusia, baik secara personal maupun sosial, yang dipersembahkan untuk Tuhan dan sesamanya adalah kerja sadar dalam rangka menegakkan keadilan, meningkatkan kesejahteraan, menyuburkan persamaan, dan mencapai kebahagiaan atas dasar ridho Allah SWT. Secara sederhana kegiatan dakwah ini merupakan proses mengajak manusia kepada Islam yang dilakukan dengan lisan dan tulisan (*dakwah bi lisan aw dakwah bil qalam*), juga bisa dengan perbuatan (*dakwah bil hal*) atau aksi sosial Islam (*bi ahsanil amal*), dan mengorganisir serta mengelola kegiatan mengajak dalam bentuk lembaga Islam sebagai lembaga dakwah yang melakukan sistematisasi tindakan, kordinasi,

---

<sup>13</sup> Kartini, *Sejarah Buku, Majalah, Surat Kabar*, <https://www.scribd.com/doc/20102787/Sejarah-Buku-Majalah-Surat-Kabar>, Diakses tanggal 18 Januari 2015.

sinkronisasi dan integrasi program kegiatan dengan sumber daya dan waktu yang tersedia untuk mencapai sasaran dan tujuan dakwah Islam. Secara sederhana kegiatan ini dapat dilakukan dengan lisan (*bi ahsanil qawl*) dan perbuatan (*bi ahsanil 'amal*).<sup>14</sup>

Dakwah tidak akan mampu bergerak pada masa ini dengan sendiri, ia harus menggunakan teknologi yang ada pada zaman sekarang ini kerana faktor kecepatan dalam mendapatkan maklumat di ambil kira oleh masyarakat moden sekarang. Jadi dakwah harus bergerak bersama-sama dengan media kerana media mempunyai autoritas mempengaruhi sikap masyarakat dengan cepat dan berkesan.<sup>15</sup>

#### 5. Pelajar

Menurut W.J.S. Poerwadaminta dalam kamus bahasa Indonesia, pelajar adalah murid atau orang atau anak yang sedang berguru atau belajar. Akan tetapi sebenarnya sebutan pelajar diperuntukkan bagi setiap orang yang sedang menikmati pendidikan secara formal di bangku sekolah, yaitu dimulai dari pendidikan tingkat dasar sampai ketinggian tertinggi, dengan perkataan lain adalah dimulai dari Taman Kanak-kanak, Sekolah Dasar, Sekolah Lanjutan sampai Perguruan Tinggi (Universitas, Akademi).<sup>16</sup>

Sementara, menurut Engr Sayyid Khaim Husyain Naqawi yang dikutip oleh Abuddin Nata, menyebutkan bahwa kata murid berasal dari bahasa arab, yaitu murrudin artinya orang yang menginginkan (*the willer*). Menurut Abuddin Nata kata murid diartikan sebagai orang yang menghendaki untuk mendapatkan ilmu

---

<sup>14</sup> Didi Mudiono, "DAKWAH DAN MEDIA (Studi Terhadap Pemahaman Hadits Dakwah Dan Motivasi Kerja Berbasis Website Di Situs <http://hadits.radenfatah.ac.id>)", Skripsi S1 fakultas dakwah dan komunikasi, Institusi Agama Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2014) h10

<sup>15</sup> Asmat Fikri, *Penyebaran Dakwah Melalui Media di Malaysia*, (Kuala Lumpur : KUIZM, 2013), h. 3.

<sup>16</sup> Sarlito Wirawan Sarwono, *Pergeseran Norma Perilaku Seksual Kaum Remaja*, (Jakarta: CV. Rajawali, 1991), h. 33.

pengetahuan, ketrampilan, pengalaman, dan kepribadian yang baik sebagai bekal hidupnya agar bahagi dunia akhirat dengan jalan belajar sungguh-sungguh.<sup>17</sup>

## **G. Metode Penelitian**

Untuk terwujudnya suatu kerangka ilmiah, penelitian disusun dengan menggunakan metode penelitian sebagai berikut:

### 1. Objek penelitian

Objek penelitian dapat diklasifikasikan berdasarkan, tujuan, dan tingkat kealamiahannya (natural setting) objek yang teliti.<sup>18</sup> Jenis penelitian ini adalah penulis menggunakan penelitian berdasarkan tingkat kealamiahannya tempat penelitian pada majalah Asuh dan di perusahaan Galeri Ilmu Sdn. Bhd (GISB) di dalam program-program dakwahnya.

### 2. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kualitatif, dan *field research* atau penelitian lapangan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang dimaksud adalah berupa hasil wawancara dengan informan untuk memperoleh data, yang dilakukan ke atas golongan atas majalah Asuh orang yang bisa memberi informasi tentang majalah Asuh dan pihak yang berkaitan dengan penelitian penulis, dengan mengajukan pertanyaan kepada mereka dengan menggunakan pedoman wawancara.

---

<sup>17</sup> Abuddin Nata, *Filsafat Pendidikan Islam*, (Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1997), h. 49.

<sup>18</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013).

### 3. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua macam yaitu data primer dan data skunder.

#### a. Data Primer

Data yang langsung didapati dari sumbernya meliputi wawancara pada pihak majalah Asuh, serta melakukan pengamatan di tempat penelitian.

#### b. Data skunder

Data yang didapatkan dari isi kandungan majalah Asuh itu sendiri, dan juga data hasil wawancara dengan pembaca.

### 4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

#### a. Observasi

Yaitu melakukan studi langsung terhadap Majalah Asuh untuk mengetahui dan mendapatkan data tentang isi-isi kandungan yang terdapat dalam majalah Asuh.

#### b. Wawancara

Yaitu mengadakan wawancara dengan wakil majalah Asuh yang profesional mengenai pandangan dan ide-ide mereka tentang majalah Asuh. Selain itu, penulis juga akan wawacarai beberapa pembaca Majalah Asuh.

### 5. Tehnik Analisis Data

Tehnik analisis data dalam penelitian ini adalah data *field research* dan dianalisis melalui penyajian secara deskriptif kualitatif yaitu: dengan melakukan wawancara dengan informan untuk memperoleh data, yang di lakukan pada pihak majalah Asuh yang dianggap mempunyai serta majalah Asuh dan pihak yang

berkaitan dengan penelitian penulis. Dengan cara mengajukan pertanyaan kepada mereka dengan menggunakan pedoman wawancara.

## **H. Sistematika Penulisan**

Untuk lebih sistematis dalam penulisan skripsi ini maka perlu sistematika penulisan sehingga terbentuk suatu karya tulis ilmiah yang berupa skripsi, penulis susun dengan sistematis sebagai berikut:

**Bab 1 Pendahuluan:** Bab satu adalah bagian pengantar yang membahas pendahuluan, berisi Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan, kerangka teori, dan Kegunaan Penelitian, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

**Bab 2:** Bab ini merupakan landasan teori. Pada bab ini akan dibahas dengan jelas mengenai pengertian Komunikasi, komunikasi massa, majalah, dakwah, hukum dakwah, metode dakwah, rukun dakwah, dan isi keagamaan majalah dalam dakwah dan pelajar.

**Bab 3:** Analisis terhadap Majalah Asuh, pada bab ini membahas tentang sejarah terbentuknya majalah Asuh, visi dan misi majalah Asuh, isi kandungan majalah Asuh, sambutan masyarakat terhadap majalah Asuh, metode yang digunakan majalah Asuh dan isi rubrik keagamaan majalah Asuh dalam penyebaran dakwah Islamiah pada pelajar.

**Bab 4:** Bab ini merupakan penutup yang terdiri dari kesimpulan peneliti dan saran.