

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Komunikasi

Pentingnya studi komunikasi karena permasalahan-permasalahan yang timbul akibat komunikasi. Manusia tidak dapat hidup sendirian, ia secara manusiawi harus hidup bersama manusia lain, baik demi kelangsungan hidupnya keamanan hidupnya, maupun demi keturunannya. Jelasnya manusia harus bermasyarakat. Masyarakat bisa berbentuk besar, sebesar kampung, desa, kecamatan, kabupaten atau kota, propinsi dan Negara. Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia, yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai penyalurnya.¹

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatin*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna. Jadi, jika dua orang terlibat dalam komunikasi, maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna, sehingga komunikasi yang dilakukan kedua orang tersebut bersifat komunikatif. Akan tetapi, pengertian komunikasi di atas sifatnya dasarnya, dalam arti kata bahwa komunikasi minimal harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi tidak hanya informative, yakni agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga persuasif, yaitu agar orang lain

¹ Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003), h. 28.

bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan, dan lain-lain.²

Menurut Carl I. Hovland, ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.³ Defenisi Hovland diatas menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum dan sikap public yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Hovland mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behavior of other individuals*). Akan tetapi, seseorang akan dapat mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain apabila komunikasinya itu memang komunikatif.

Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat terjadi secara efektif, para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigm yang dikemukakan oleh Harold D. Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom What Effect?* Paradigma Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni:

² *Ibid*, h. 9

³ *Ibid*, h. 10

i. Komunikator (*communicator*)

Komunikator adalah seseorang atau sekelompok orang yang memulai memberikan informasi kepada lawan bicarannya.

ii. Pesan (*message*)

Pesan merupakan seperangkat lambing yang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.

iii. Media (*channel*)

Media adalah saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.

iv. Komunikan (*communicant*)

Komunikan adalah seseorang yang menerima pesan dari komunikator.

v. Efek (*effect*)

Efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.⁴

1. Fungsi Komunikasi

Fungsi adalah potensi yang dapat digunakan untuk memenuhi tujuan-tujuan tertentu. Komunikasi sebagai ilmu, seni, dan lapangan kerja sudah tentu memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

Komunikasi dengan diri sendiri berfungsi untuk mengembangkan kreativitas imajinasi, memahami, dan mengendalikan diri, serta meningkatkan kematangan berfikir sebelum mengambil keputusan. Melalui komunikasi

⁴ *Ibid*, 10.

dengan diri sendiri, orang dapat berfikir dan mengendalikan diri bahwa apa yang ingin dilakukan mungkin saja tidak menyenangkan orang lain. Jadi komunikasi dengan diri sendiri dapat meningkatkan kematangan berfikir sebelum membuat keputusan. Ia merupakan proses internal yang dapat membantu dalam menyelesaikan suatu masalah.⁵ Komunikasi massa, berfungsi untuk menyebarluaskan informasi, meratakan pendidikan, merangsang pertumbuhan ekonomi, dan menciptakan kegembiraan dalam hidup seseorang.⁶

Sementara itu, Karlinah mengemukakan fungsi komunikasi secara umum adalah:

i. Fungsi Informasi

Fungsi memberikan informasi ini diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingan khalayak. Khalayak sebagai manusia sosial akan selalu merasa haus informasi tentang segala sesuatu yang terjadi di sekitarnya.

ii. Fungsi Pendidikan

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya (*mass education*). Karena media massa banyak menyajikan hal-hal yang sifatnya mendidik.

⁵ Havied Canggara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: 2002), h. 56.

⁶ *Ibid*, h. 63

iii. Fungsi mempengaruhi

Fungsi mempengaruhi dalam komunikasi, khalayak terpengaruh oleh pesan-pesan dalam komunikasi yang dilakukan sehingga tanpa sadar khalayak melakukan tindakan-tindakan sesuai dengan yang diinginkan oleh komunikator.

iv. Fungsi Proses Pengembangan Mental

Untuk mengembangkan wawasan, kita membutuhkan berkomunikasi dengan orang lain. Dengan berkomunikasi, manusia akan bertambah pengetahuannya dan berkembang intelektualitasnya. Hal tersebut diperoleh dari pengalaman peribadinya dan dari orang lain. Pengalaman dapat membantu manusia untuk memahami betapa besar ketergantungan manusia kepada komunikasi, karena komunikasi dapat membantu manusia dalam perkembangan mentalnya.

v. Fungsi Adaptasi Lingkungan

Setiap manusia berusaha untuk menyesuaikan diri dengan dunianya untuk dapat bertahan hidup. Proses komunikasi membantu manusia dalam proses penyesuaian tersebut. Proses pengiriman pesan oleh komunikator dan penerima pesan oleh komunikan dapat membantu kita dengan berhubungan dengan orang lain, saling menyesuaikan diri, sehingga menimbulkan kesamaan diantara komunikator dan komunikan.

vi. Fungsi Memanipulasikan

Memanipulasi di sini bukanlah diartikan sebagai sesuatu yang negatif. Memanipulasi lingkungan artinya berusaha untuk mempengaruhi. Setiap orang berusaha untuk saling mempengaruhi dunia dan orang-orang yang berada di sekitarnya. Dalam fungsi manipulasi, komunikasi digunakan sebagai alat control utama dan pengaturan lingkungan.

vii. Fungsi Meyakinkan (*to persuade*)

Fungsi komunikasi massa secara umum antara lain memberikan hiburan kepada khalayaknya. Namun ada fungsi yang tidak kalah penting dari media massa yaitu fungsi menyakinkan atau persuasi. Persuasi menurut Devito, biasa dalam bentuk:

- a. Mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan atau nilai seseorang;
- b. Mengubah sikap, kepercayaan atau nilai seseorang;
- c. Menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu; dan
- d. Memperkenalkan etika dan menawarkan system nilai tertentu.⁷

⁷ Karlinah, *Komunikasi Massa*, (Universitas Terbuka, 1999),

B. Komunikasi Massa

Komunikasi Massa merupakan suatu tipe komunikasi manusia (*human communication*) yang lahir bersamaan dengan mulai digunakannya alat-alat mekanik, yang mampu melipat gandakan pesan-pesan komunikasi. Dalam sejarah publisistik dimulai satu setengah abad ditemukan mesin cetak oleh Johannes Guttenberg. Sejak itu dimulai suatu zaman yang dikenal dengan zaman publisistik atau awal dari era komunikasi massa. Sebaliknya dikenal sebagai zaman prapublisistik.⁸

Publisistik di Jerman, sebenarnya berkembang dari Ilm Pers atau ilmu Persuratkabaran yang dikenal dengan nama *Zaitungswisswenschaft*. Asalnya dapat ditelusuri sampai abad ke-19 ketika surat kabar sebagai objek studi ilmiah mulai menarik perhatian para pakar di masa itu. Surat kabar sebagai salah satu hasil dari pertumbuhan teknologi dan industry ternyata membawa berbagai implikasi sosial yang sangat menarik bagi kajian ilmu kemasyarakatan dan kemanusiaan. Adalah mengesankan karena kesadaran dan perhatian seperti itu, baru lahir dan berkembang setelah dua ratus tujuh tuga tahun kemudian dari terbitnya *Relation* (1609) sebagai surat kabar tercetak pertama di dunia.⁹

Pengertian komunikasi massa merujuk kepada pendapat Tan dan Wright, dalam Liliweri. 1991, merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran media dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara missal, berjumlah

⁸ Wiryanto, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Grasindo, 2000), h. 1.

⁹ Anwar Arifin, *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), h. 4

banyak, bertempat tinggal yang jauh terpencar, sangat heterogen, dan menimbulkan efek tertentu.¹⁰

Agar tidak ada kerancuaan dan perbedaan persepsi tentang massa, ada baiknya kita membedakan arti massa dalam arti umum. Massa dalam komunikasi massa lebih menunjuk pada penerima pesan yang berkaitan dengan media massa. Dengan kata lain, massa yang dalam sikap dan perilakunya berkaitan dengan peran media massa. Oleh karena itu, massa di sini menunjuk kepada khalayak, audience, penonton, pemirsa atau pembaca. Beberapa istilah ini berkaitan dengan media massa.¹¹

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner, yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (*mass communication is message communicated through a mass medium to a large number of people*).¹²

1. Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi komunikasi massa yang dikemukakan oleh Harold D Lasswell yakni, (1) Fungsi Pengawasan (2) Fungsi Koerelasi (3) Fungsi Pewarisan Sosial. Sama seperti pendapat Lasswell, Charles Robert Wright (1988) menambah fungsi hiburan dalam fungsi komunikasi massa.¹³

Sedangkan fungsi komunikasi massa menurut Dominick, dalam bukunya *The Dynamics of Mass Communications* adalah sebagai berikut:

¹⁰ Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa (Suatu Pengantar)*, (Bandung: Simbiosis Pratiama Media, 2004), h. 3.

¹¹ Nurudin, *Komunikasi Massa*, (Yogyakarta: CESPUR, 2004), h. 3.

¹² Elvinaro Ardianto, *Loc. Cit.*

¹³ Nurudin, *Op. Cit.* h. 62-63

a. Pengawasan (*Surveillance*)

Fungsi pengawasan komunikasi massa dibagi dalam bentuk utama yaitu fungsi pengawasan peringatan yaitu jenis pengawasan yang dilakukan oleh media untuk menyampaikan informasi berupa ancaman yang perlu diketahui oleh khalayak. Dan yang kedua adalah fungsi pengawasan instrumental adalah penyampaian atau penyebaran informasi yang memiliki kegunaan atau dapat membantu khalayak dalam kehidupan sehari-hari.

b. Penafsiran (*Interretation*)

Media massa tidak hanya memasuk fakta dan data, tetapi juga memberi penafsiran terhadap kejadian-kejadian penting. Tujuan penafsiran media ingin mengajak para pembaca atau pemirsa untuk memperluas wawasan dan membahanya lebih lanjut.

c. Pertalian (*Linkage*)

Media massa dapat menyatukan anggota masyarakat yang beragam, sehingga membentuk pertalian (*Linkage*) berdasarkan kepentingan dan minat yang sama tentang sesuatu. Kelompok-kelompok yang memiliki kepentingan yang sama tetapi terpisah secara geografis diperhatikan atau dihubungkan oleh media.

d. Penyebaran nilai-nilai (*Transmission of Value*)

Fungsi ini juga disebut sosialisasi (*socialization*). Sosialisasi mengacu kepada cara, di mana individu mengadopsi perilaku dan nilai kelompok. Media massa yang mewakili gambaran masyarakat itu ditonton, didengari dan dibaca. Media massa memperlihatkan kepada kita bagaimana mereka bertindak dan apa yang diharapkan mereka dengan perkataan lain, media mewakili kita dengan model peran yang kita amati dan harapan untuk menirunya.

e. Hiburan (*Entertainment*)

Sulit dibantah lagi, bahwa kenyataan hampir semua media menjalankan fungsi hiburan. Majalah banyak memuat hiburan, bahkan ada beberapa majalah yang hanya menampilkan berita seperti *Time* dan *News Week*, *Gatra* dan *Garda*.¹⁴

2. Komponen Komunikasi Massa

Komunikasi massa pada dasarnya merupakan proses komunikasi satu arah, artinya komunikasi berlangsung dari komunikator (sumber) melalui media kepada komunikan (khalayak). Walaupun komunikasi massa dalam prosesnya bersifat satu arah, namun dalam operasionalnya memerlukan komponen lain yang turut menentukan lancarnya proses komunikasi. Komponen dalam komunikasi massa ternyata tidak sederhana komponen komunikasi yang lainnya. Proses komunikasi massa lebih kompleks, karena

¹⁴ Elvinaro Ardianto, *Op. Cit. h. 16-18*.

setiap komponennya mempunyai karakteristik tertentu adalah sebagai berikut:¹⁵

a. Komunikator

Dalam komunikasi massa produknya bukan merupakan karya langsung seseorang, tetapi dibuat melalui usaha-usaha yang terorganisasikan diri beberapa partisipan, diproduksi secara massal dan didistribusikan kepada massa.

b. Pesan

Sesuai dengan karakteristik dari pesan komunikasi massa yaitu bersifat umum, maka pesan harus diketahui oleh setiap orang. Peranan pesan bergantung pada sifat media yang berbeda antara satu sama lainnya.

c. Media

Media yang dimaksud dalam proses komunikasi massa yaitu media massa yang memiliki ciri khas, mempunyai kemampuan untuk memikat perhatian khalayak secara serempak (*simultaneous*) dan serentak (*instantaneous*).

¹⁵ *Ibid*

d. Khalayak

Khalayak yang dituju oleh komunikasi massa adalah massa atau sejumlah besar khalayak. Karenan banyaknya jumlah khalayak serta sifatnya yang anonym dan heterogen, maka sangat penting bagi media untuk memperhatikan khalayak.

e. Filter dan Regulator Komunikasi Massa

Dalam komunikasi massa pesan yang disampaikan media pada umumnya ditujukan kepada massa (khalayak) yang heterogen. Khalayak yang heterogen ini akan menerima pesan melalui media sesuai dengan latar belakang sosial, ekonomi, pendidikan, agama, usia, budaya. Oleh karena itu, pesan tersebut akan di filter (disaring) oleh khalayak yang menerimanya.

f. *Gatekeeper* (Penjaga Gawang)

Dalam proses perjalanan sebuah pesan dari sumber media massa kepada penerimanya, *gatekeeper* ikut terlibat di dalamnya. *Gatekeeper* dapat berupa seseorang atau satu kelompok yang dilalui suatu pesan dalam perjalanannya dari sumber kepada penerima.

C. Majalah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, majalah adalah terbitan berkala yang isinya meliputi berbagai liputan jurnalistik, informasi yang patut diketahui oleh konsumen pembaca, artikel, sastra dan sebagainya yang menurut kala terbitnya dibedakan atas majalah bulanan, majalah tengah bulan, majalah mingguan dan sebagainya.¹⁶

Majalah lazimnya berjilid, sampul depannya berupa ilustrasi foto, gambar atau lukisan tetapi tetap dapat pula berisi daftar isi atau artikel utama serta kertas yang digunakan lebih mewah daripada surat kabar. Majalah sebagai salah satu bentuk dari media massa yang sangat perlu diperhatikan kehetegorenan pembaca yang berita bacaannya ditujukan untuk umum dan ditulis oleh beberapa orang dengan bahasa yang populer sehingga mudah dipahami oleh masyarakat.

Menurut Junaedhi, dilihat dari isinya majalah dibagi menjadi dua jenis, yaitu:

a. Majalah Umum

Majalah yang memuat karangan-karangan, pengetahuan umum, komunikasi yang menghibur, gambar-gambar, olahraga, film dan seni.

b. Majalah Khusus

Majalah yang memuat karangan-karangan mengenai bidang-bidang khusus seperti majalah keluarga, politik dan ekonomi.¹⁷

Majalah juga adalah sebuah penerbitan berkala (buku harian) yang terbit secara teratur dan sifat isinya tidak menampilkan pemberitaan atau sari berita,

¹⁶ Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001). Cet. 3. h. 698.

¹⁷ Kurniawan Junaedhi, *Rahasia Dapur Majalah Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1995).

melainkan berupa artikel, atau bersifat pembahasan yang menyeluruh dan mendalam. Junaedhi menggolongkan majalah berdasarkan pangsa pembacanya yaitu jenis kelamin pria dan wanita, usia, anak-anak, remaja dan dewasa, hobi dan minat, interior, psikologi, otomotif, arsitektur dan sebagainya. Ia juga menambahkan penggolongannya berdasarkan sifat atau misinya yaitu majalah berita, majalah hiburan, majalah berbahasa daerah dan majalah agama.¹⁸

1. Karakteristik Majalah

Majalah merupakan media yang paling simpel organisasinya, relative lebih mudah mengelolanya, serta tidak membutuhkan modal yang banyak. Majalah juga dapat diterbitkan oleh setiap kelompok masyarakat, di mana mereka dapat dengan leluasa dan luwes menentukan bentuk, jenis dan sasaran khalayak. Meskipun sama-sama sebagai media cetak, majalah tetap dapat dibedakan dengan surat kabar karena majalah memiliki karakteristik tersendiri yaitu sebagai berikut:

a. Penyajian lebih lama

Frekuensi terbit majalah pada umumnya adalah mingguan, selebihnya dwi mingguan, bahkan bulanan.

b. Nilai aktualitas lebih lama

Apabila nilai aktualitas surat kabar hanya berumur satu hari, maka nilai aktualitas majalah bisa satu minggu.

¹⁸ *Ibid*

c. Gambar / Foto lebih banyak

Jumlah halaman majalah lebih banyak, sehingga selain penyajian beritanya yang mendalam, majalah juga dapat menampilkan gambar atau foto yang lengkap, dengan ukuran besar dan kadang-kadang berwarna, serta kualitas kertas yang kadang-kadang berwarna, serta kualitas kertas yang digunakannya pun lebih baik. Foto-foto yang ditampilkan majalah memiliki daya tarik tersendiri, apalagi foto tersebut sifatnya eksklusif.

d. Cover (sampul) sebagai daya tarik

Disamping *cover* atau sampul majalah juga merupakan daya tarik tersendiri. *Cover* adalah ibarat pakaian dan aksesorinya pada manusia. *Cover* majalah biasanya menggunakan kertas yang bagus dengan gambar dan warna yang menarik pula. Menarik tidaknya *cover* suatu majalah sangat bergantung pada tipe majalahnya, serta konsistensi atau keajegan majalah tersebut dalam menampilkan ciri khasnya.¹⁹

¹⁹ Elvinaro Ardianto, Op. Cit. h. 113-114.

2. Klasifikasi Majalah

Menurut Dominick, klasifikasi majalah dibagi ke dalam lima kategori utama yakni:

i. *General consumer magazine* (Majalah konsumen umum)

Konsumen majalah ini siapa saja, dapat membeli majalah tersebut di sudut-sudut outlet, mall, supermall atau toko buku lokal. Majalah konsumen umum ini menyajikan informasi tentang produk dan jasa yang diiklankan pada halaman-halaman tertentu.

ii. *Business publication* (Majalah bisnis)

Majalah bisnis ini melayani secara khusus informasi bisnis, industry atau profesi. Media ini tidak dijual di mall atau supermall, pembacanya terbatas pada kaum professional atau pelaku bisnis.

iii. *Literacy reviews and academic* (Kritik sastra dan majalah ilmiah)

Terdapat ribuan nama majalah kritik sastra dan majalah ilmiah, yang pada umumnya memiliki sirkulasi dibawah 10ribu, dan banyak diterbitkan oleh organisasi-organisasi nonprofit, universitas, yayasan atau organisasi professional. Majalah ini menerbitkan empat edisi atau kurang dari itu setiap tahunnya, dan kebanyakan tidak menerima iklan.

iv. *Newsletter* (Majalah khusus terbitan berkala)

Media ini dipublikasikan dengan bentuk khusus, 4-8 halaman dengan perwajahan khusus pula. Media ini didistribusikan secara gratis atau dijual secara berlangganan. Belakangan penerbitan *newsletter* telah menjadi lahan bisnis besar.

v. *Public relations magazine* (Majalah humas)

Majalah PR ini diterbitkan oleh perusahaan, dan dirancang untuk sirkulasi pada karyawan perusahaan, agen, pelanggan dan pemegang saham. Jenis publikasi penerbitan ini berbeda sedikit dengan periklanan, kendati menjadi bagian dari promosi organisasi atau perusahaan yang mensponsori penerbitan.²⁰

Majalah ASUH adalah tergolong dalam *literacy reviews and academic* (Kritik sastra dan majalah ilmiah).

3. Fungsi Majalah

Mengacu pada sasaran khalayaknya yang spesifik, maka fungsi utama media berbeda dengan yang lainnya. Majalah berita berfungsi sebagai media informasi tentang berbagai peristiwa dalam dan luar negeri, dan fungsi berikutnya adalah hiburan. Majalah wanita isinya relative menyangkut berbagai informasi dan tips masalah kewanitaan, lebih bersifat menghibur, fungsi informasi dan mendidik mungkin menjadi prioritas berikutnya.

²⁰ Elvinaro Ardianto, *Op. Cit. h.* 107-108.

Majalah pertanian fungsi utamanya adalah memberi pendidikan mengenai cara bercocok tanam, sedangkan fungsi berikutnya mungkin informasi.²¹

D. Dakwah Islamiah

Tulisan merupakan merupakan salah satu cara berjuang untuk menegakkan kebenaran di muka bumi ini. Sebagaimana digambarkan dan dijelaskan di dalam al-Quran.

Allah Ta'ala berfirman :

بِ الْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ ﴿١﴾ مَا أَنْتَ بِمَجْنُونٍ ﴿٢﴾ وَإِنَّ لَكَ
لَأَجْرًا غَيْرَ مَمْنُونٍ ﴿٣﴾ وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ ﴿٤﴾

Maknanya :

*“Nuun. Demi Pena dan apa Yang mereka tulis, -Engkau (Wahai Muhammad). Dengan sebab nikmat pemberian Tuhanmu, bukanlah seorang gila (sebagaimana Yang dituduh oleh kaum musyrik, bahkan Engkau adalah seorang Yang bijaksana). Dan Sesungguhnya Engkau tetap beroleh pahala Yang amat besar, Yang tidak putus-putus, (sebagai balasan bagi menjalankan ajaran Islam);. Dan Bahawa Sesungguhnya Engkau mempunyai akhlak Yang amat mulia.”*²²

(al-Qalam: 1-4)

²¹ *Ibid.* h. 112

²² Department Agama Republik Indonesia, Al-Quran dan Terjemahan, (Jakarta: 2012), h.564.

Perkataan dakwah berasal daripada bahasa Arab iaitu *دعوة يدعو*. Jika dilihat dari asal katanya dakwah memiliki arti begitu banyak yaitu meminta tolong, beribadat, menjemput, memanggil, menyeru.²³ Manakala Kamus Dewan, edisi ke tiga mentakrifkan dakwah merupakan kegiatan menyeru dan meyakinkan orang lain supaya menerima sesuatu kepercayaan; golongan-golongan (kelompok) yang bergiat dalam dakwah.²⁴

Selanjutnya, dakwah ialah seruan mengajak manusia mengerjakan kebajikan dan meninggalkan segala kemungkaran.²⁵

Firman Allah Ta'ala:

قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُوا إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي ۖ وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ

Maknanya :

*Katakanlah (Wahai Muhammad): "Inilah jalanku, Aku dan orang-orang Yang menurutku, menyeru manusia umumnya kepada agama Allah Dengan berdasarkan keterangan dan Bukti Yang jelas nyata. dan Aku menegaskan: Maha suci Allah (dari Segala iktiqad dan perbuatan syirik); dan bukanlah Aku dari golongan Yang mempersekutukan Allah Dengan sesuatu Yang lain."*²⁶ (Yusuf :108)

²³ Abd. Aziz Mohd Zin.. *Pengantar Dakwah Islamiah*. (Kuala Lumpur: Universitas Malaya, 1999), h. 1.

²⁴ Kamus Dewan... (Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka, 2000), Cet.5. Edisi kelima. h. 263-254.

²⁵ Ensklopedia Islam. (t.t) Bab *Bank Islam al-Futih*. Hil.3. Kuala Lumpur: Pusat Penyelidikan Ensklopedia Malaysia. h. 85.

²⁶ Department Agama Republik Indonesia, *Al-Quran dan Terjemahan*, (Jakarta: 2012), h.248

Dakwah adalah suatu proses pemindahan umat daripada suatu lingkungan lain yaitu lingkungan kekufuran kepada Islam, kesesatan kepada hidayah, kesesatan kepada kebaikan dan unsur-unsur negative kepada positif. Ia juga merupakan suatu program komprehensif yang menaungi segala bentuk ilmu pengetahuan yang diperlukan oleh manusia agar mereka memahami tujuan kehidupan mereka, dan mendapatkan pedoman hidup yang menjadikan mereka manusia yang terpimpin.²⁷

Menurut Alwisran yang dikutip oleh Yuni Anggrani pengertian dakwah dapat ditinjau dari dua aspek, yakni dari segi *etimologi* dan *terminology*. Secara etimologi kata dakwah berasal dari bahasa Arab, yakni da'aa; yad'u; du'aa/da'watan. Jadi kata du'aa atau dakwah adalah isim masdar dari du'aa, yang keduanya mempunyai arti sama, yaitu ajakan atau panggilan".²⁸ Sedangkan secara terminologi dakwah memiliki banyak sekali pendapat atau definisi yang dikemukakan oleh para ahli, diantaranya:

a. Menurut Syeikh Ali Mahfuz

*“Dakwah adalah mendorong manusia atas kebaikan dan pertunjuk dan menyuruh kepada kebaikan dan mencegah dari kemungkaran guna mendapatkan kebahagiaan hidup dunia dan akhirat.”*²⁹

b. Menurut Thoha Yahya Umar, membagi pengertian dakwah menjadi dua bagian yakni dakwah secara umum dan khusus.

i. Dakwah secara umum ialah ilmu pengetahuan yang berisi cara-cara dan tuntunan bagaimana seharusnya menarik perhatian manusia

²⁷ Abd. Aziz Mohd. Zin. *Op. Cit.* h. 2.

²⁸ Yuni Anggrani, “*Urgensi Penyiaran Agama Islam Melalui Media Massa Study Radio Smart FM Palembang*”, (Skripsi S1 Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Institusi Agama Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2005) h. 19.

²⁹ *Ibid*

menganut. Menyetujui, melaksanakan suatu ideologi pendapat pekerjaan yang tertentu.

- ii. Dakwah secara khusus ialah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat”.³⁰

Menurut Aziz Ali yang dikutip oleh Ahmad Romadhon mengikut pendapat Abu Bakar Atjeh ialah “Dakwah adalah seruan kepada seluruh umat manusia untuk kembali kepada ajaran hidup sepanjang ajaran Allah SWT yang benar, dilakukan dengan penuh kebijaksanaan dan nasihat yang baik”.³¹

Dari berbagai definisi yang dikemukakan oleh para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah aktivitas dan usaha untuk mengajak manusia secara individu maupun kelompok dari situasi yang tidak baik kepada yang baik, dengan tujuan untuk mencegah perbuatan mungkar, agar mendapatkan kebahagiaan di dunia dan kebahagiaan diakhirat. Secara lebih luas, “dakwah juga dapat diartikan sebagai tindakan mengkomunikasikan atau menyampaikan nasihat-nasihat Islam kepada masyarakat. apa lagi ia dianggap oleh masyarakat sebagai media Islam yang menyampaikan segala informasi yang sangat penting dan aktual. Dakwah juga dapat artikan sebagai suatu usaha yang dilakukan oleh seseorang atau kumpulan dengan pendekatan tertentu untuk membawa manusia kepada keredhaan Allah s.w.t.

³⁰ *Ibid*, h.4.

³¹ Ahmad Romadhon, “Dakwah Dan Komunikasi Massa Studi Tentang Konsep Pendekatan Dakwah Melalui Media Televisi”, (Skripsi S1 Fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2005) , h. 10.

Selain daripada ayat di atas, terdapat banyak lagi ayat dalam al-Quran yang menerangkan pengertian dan sebagai dalil dakwah. Antara ayat-ayat tersebut adalah seperti berikut:

Firman Allah Ta'ala:

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ ﴿٣٣﴾

Maknanya:

Dan siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah dan mengerjakan kebajikan dan berkata, "Sungguh, aku termasuk orang-orang Muslim(yang berserah diri)!".³² (al-Fussilat : 33)

Firman Allah Ta'ala:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ ۚ مِنْهُمْ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ﴿١١٠﴾

Maknanya :

Kamu (Wahai umat Muhammad) adalah sebaik-baik umat Yang dilahirkan bagi (faedah) umat manusia, (karena) kamu menyuruh berbuat Segala perkara Yang baik dan melarang daripada Segala perkara Yang salah (buruk dan keji), serta kamu pula beriman kepada Allah (dengan sebenar-benar iman). dan kalaulah ahli Kitab (Yahudi dan Nasrani) itu beriman (sebagaimana Yang semestinya), tentulah (iman)

³² Department Agama Republik Indonesia, Al-Quran dan Terjemahan, (Jakarta: 2012), h.480

*itu menjadi baik bagi mereka. (Tetapi) di antara mereka ada Yang beriman dan kebanyakan mereka: orang-orang Yang fasik*³³. (al-Imran : 110)

1. Hukum Dakwah

Ruang lingkup dakwah Islamiah amat luas, karena usaha ini mencakup penyampaian seruan Islam, mengajak dan memanggil umat manusia supaya mempercayai dan beramal dengan pandangan hidup Islam. Oleh karena itu, semua aktivitas yang membawa kepada kebaikan dan hidayah adalah termasuk dalam ruang lingkup dakwah. Kemajuan dakwah Islamiah adalah tanggungjawab umat Islam, setiap individu muslim berkewajiban menjalankan dakwah sesuai kemampuan masing-masing.³⁴

Sabda Rasulullah s.a.w:

Diceritakan kepada kami Abu 'Asim al-Dhahak bin Mukhlid dikhabarkan kepada kami al-Auzai'e diceritakan kepada kami Hasan bin 'Uthbah dari Abi Kabashah daripada Abdullah bin 'Amru(Umar) Bahwasanya Nabi s.a.w bersabda: "Sampaikanlah (apa yang kamu terima) daripada ku, walaupun satu ayat".

(Hadis Riwayat Bukhari)

³³ Department Agama Republik Indonesia, Al-Quran dan Terjemahan, (Jakarta: 2012), h.64

³⁴ Abdullah Muhammad Zin, *Prinsip & Kaedah Dakwah dalam Arus Pembangunan Malaysia*. (Bangi: Universitas Kebangsaan Malaysia, 1998), h. 75-76

Dari hadits diatas dapat diketahui bahwa kegiatan dakwah itu wajib dilakukan oleh semua orang Islam dan hukum dalam berdakwah terbagi menjadi dua yaitu:

a. Fardu Ain

Wajib atas setiap orang Islam melakukan dakwah sesuai kemampuannya masing-masing.

b. Fardu Kifayah

Kewajiban yang bertanggung ke atas orang yang mempunyai syarat keahlian dalam suatu bidang yang tertentu yang memerlukan syarat tertentu.³⁵

Oleh itu, dapatlah disimpulkan bahwa setiap muslim baik lelaki maupun wanita yang sampai umur (baligh) dan berakal (aqil) adalah wajib berdakwah. Jadi tugas untuk melakukan kegiatan dakwah tidak hanya dibebankan kepada para ulama saja. Karena para ulama' hanya memiliki tanggung lebih dibandingkan orang awam, karena para ulama berkewajiban menyampaikan uraian-uraian yang terperinci tentang Islam, hal itu karena mereka dianggap mempunyai ilmu pengetahuan yang luas mengenai Islam.

Seorang muslim boleh berdakwah secara sendirian dan berkelompok atau bergabung dalam sebuah organisasi untuk menyampaikan ajaran Islam. Berdakwah secara kelompok atau bergabung dengan suatu organisasi mungkin lebih efektif, karena ia bisa saling bertukar pikiran dan dapat bantu-membantu dalam meningkatkan cara dan strategi berdakwah agar bisa

³⁵ *Ibid.* h. 76

menjadi lebih baik. Kelompok yang tersusun dengan baik ialah sebuah organisasi yang sudah mempunyai objektif, metode dan strategi dakwahnya tersendiri.³⁶

Dapat difahami bahwa dakwah itu adalah suatu tuntutan yang sangat besar. Karena hal itu memiliki hubungan erat dengan kehidupan manusia. Kalau matlamat dijadikan manusia adalah untuk beribadat atau perhambaan diri kepada Allah s.w.t maka dakwah merupakan saluran untuk memperjelaskan matlamat tersebut kepada sasaran. Atas alasan ini dakwah Islamiah merupakan pokok dalam kehidupan orang Islam. Dengan itu, hokum dakwah bukan setakat fardu ain atau fardu kifayah, malah lebih dari itu.³⁷

2. Metode Dakwah

Agama Islam adalah agama yang fitrah, hal itu sesuai dengan penciptaan manusia. Oleh itu penyebaran agama yang fitrah itu juga harus dilakukan dengan cara yang fitrah pula. Dan dalam hal ini Allah dan rasulnya telah mengajarkan cara dan metode dalam menyebarkan dakwah islamiah yang baik, diantaranya sebagai berikut:³⁸

a. Metode Al-Hikmah

Pada umumnya al-hikmah dapat diartikan sebagai kebijaksanaan, secara lebih tepatnya perkataan ini berarti “meletakkan sesuatu sesuai pada tempatnya”. Dalam metode al-hikmah, terdapat tiga kategori yang harus dimiliki oleh seorang pendakwah. Dakwah yang disampaikan harus bersumber dari Al-Qur’an dan Hadits. Selain itu, alat

³⁶ *Ibid.* h. 76

³⁷ Abd. Aziz Mohd. Zin. *Op. Cit.* h. 18.

³⁸ Abdullah Muhammad Zin, *Op. Cit.* h. 22.

dan strategi dakwah yang dipakai harus tepat, yakni sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada, agar dakwah yang disampaikan bisa diterima dengan baik oleh masyarakat.³⁹ Al-Hikmah mempunyai pengertian yang sangat luas. Karena berkaitan dengan berbagai cara dan usaha yang tepat berdasarkan objek sasaran dakwahnya demi tercapainya tujuan dakwah secara maksimal.

b. Metode Al-Mauizah Al-Hasanah

Al-Mau'izah al-Hasanah berarti nasihat yang baik, yaitu menyampaikan nasihat yang dapat menimbulkan ketertarikan masyarakat untuk mengikuti apa yang kita sampaikan yakni mengerjakan kebaikan dan meninggalkan kemungkaran.⁴⁰ Jadi nasihat yang baik disini dapat diartikan dengan melakukan dakwah dengan menggunakan bahasa dan perkataan halus, lembut, tenang, dan dapat menyejukan hati, dan yang pastinya dapat menggambarkan bahwa hal itu memang keluar dari hati yang tulus dan ikhlas. Nasihat seperti ini dilakukan agar masyarakat bisa dengan mudah memahami dan mau menerima apa yang kita sampaikan karena apa yang kita lakukan semata-mata demi kebahagiaan mereka didunia maupun diakhirat.⁴¹

³⁹ *Ibid.* h. 23-24

⁴⁰ Abdullah Muhammad Zin. *Op. Cit.* h. 80-81

⁴¹ Abd. Aziz Mohd. Zin.. *Metodologi Penyelidikan.*, (Kuala Lumpur: Universitas Malaya, 2001), h. 10

c. Metode Al-Mujadalah

Al-Mujadalah berarti diskusi, yaitu sebuah penjelasan dengan menggunakan landasan dan dalil yang tepat dan dapat menjelaskan suatu maksud atau permasalahan yang tidak jelas. Setelah digunakan landasan dan dalil yang tepat dan kata-kata yang tersusun, maka maksud yang hendak disampaikan itu akan menjadi jelas dan dapat diterima.⁴²

Diskusi ini dilakukan secara bertatap muka, apalagi jika berkenaan dengan pembahasan yang sedikit lebih berat dan mendalam. Karena jika tidak dilakukan dengan cara yang baik, maka yang akan terjadi bukan hasil yang baik yang didapati tetapi sebaliknya.⁴³ Diskusi atau perdebatan dengan cara yang baik hendaklah dilakukan dengan menjaga adab dan tata cara yang telah diajarkan dalam agama supaya apa yang kita lakukan tidak terkesan menjatuhkan pihak yang terlibat, tetapi hal itu dilakukan semata-mata hanya untuk dakwah dan menyampaikan kebenaran.

Walau bagaimanapun, metode al-Mujadalah bukanlah untuk mendapatkan suatu kemenangan, namun hal itu dilakukan untuk mencari kebenaran berdasarkan landasan dan dalil yang benar. Oleh karena itu, al-Mujadalah hendaklah berdasarkan sebuah penjelasan yang tepat untuk menyelesaikan suatu masalah, serta menggunakan landasan dan dalil yang rasional, menjaga adab dan etika dalam berdebat atau diskusi serta keikhlasan kepada Allah s.w.t.⁴⁴

⁴² Abdullah Muhammad Zin, *Op.Cit.* hlm 81

⁴³ *Ibid.* h. 81

⁴⁴ Abd. Aziz Mohd.Zin *Op. Cit.* h. 11

3. Rukun Dakwah

d. Da'i (pendakwah)

Pendakwah ialah orang yang berusaha mengajak orang lain kepada Islam dengan cara-cara tertentu. Dengan itu, pendakwah hendaklah mempunyai suatu keahlian terutama dalam hal berdakwah, dan yang pastinya pemahaman yang berhubung dengan agama Islam.⁴⁵ Jadi pendakwah juga dapat diartikan orang yang menyampaikan Islam, mengajar tentang agama Islam, dan yang pastinya pendakwah adalah orang yang berusaha untuk menerapkan ajaran Islam dalam diri seseorang dan bertanggungjawab dalam berdakwah.⁴⁶

e. Mad'u (Sasaran dakwah)

Mad'u ialah orang yang menjadi sasaran atau objek dari pada kegiatan dakwah tak terlepas orang itu Islam maupun kafir, lelaki dan juga perempuan. Secara umum sasaran dakwah terbagi kepada dua golongan yaitu orang Islam dan orang bukan Islam.⁴⁷

f. Mad'u Dakwah

Mad'u dakwah yaitu Islam. Ilmu yang membahaskan tentang penyampaian Islam kepada sasaran dengan cara yang tertentu supaya dapat memberi kesan kepada sasaran merangkumi aspek aqidah, syariah

⁴⁵ *Ibid.* h. 136.

⁴⁶ *Ibid.* h. 137.

⁴⁷ Al-Bayanuni Muhammad Fatah. *Madkhal Ila Ilm al-Dakwah*. (Beirut: Muasasas Risalah, 1995), h. 169.

dan akhlak. Justeru, topik perbincangan dakwah Islamiah ialah mengenali Islam dari sudut takrif, ciri-ciri dan prinsip-prinsip.⁴⁸

4. Isi Rubrik Keagamaan Majalah dalam Dakwah

Majalah yaitu suatu penerbitan atau risalah yang mengandung berita, ulasan, esai, dan sebagainya yang dikeluarkan pada waktu yang ditetapkan. Majalah dapat bersifat umum, khusus, ilmiah atau bagi tujuan perhubungan awam.⁴⁹ Beberapa jenis majalah yang terdapat di pasaran seperti majalah agama, komik, sastera, hiburan, majalah wanita, rumah tangga, seni dan kebudayaan, kesehatan, olahraga, ekonomi dan sebagainya. Adapun fungsi dan peran dari sebuah majalah adalah sebagai berikut:

a. Mendidik Masyarakat

Mereka yang terlibat dengan penerbitan media khususnya majalah mempunyai tanggungjawab memberi pendidikan kepada para pembaca. Hal itu termasuk pendidikan secara tidak langsung serta membimbing masyarakat. Pendidikan secara tidak langsung juga dapat dilakukan melalui membaca.⁵⁰ Adapun diantara majalah yang mengandung unsur pendidikan antara lain seperti ANIS, WANITA, MUSLIMAH dan sebagainya.

Majalah memuat liputan dan laporan tentang pentingnya gaya hidup sehat yang harus diamalkan setiap hari. Rencana dan artikel

⁴⁸ *Ibid.* h. 182

⁴⁹ Ensiklopedia Malaysia. 1996. *Leukimia-Myrtales*. Jil.8. Kuala Lumpur: Anzagain Sdn. Bhd. h. 146.

⁵⁰ Kamaluddin M.Zin (hj). *Penulisan Bahan Dakwah dalam Media Cetak*, Dakwah, (t.t1998),

mengenai hal itu secara tidak langsung mendidik masyarakat untuk mengikuti program yang disarankan oleh para pemerintah. Kebanyakan majalah menyediakan ruangan khusus mengenai pendidikan. Adapun yang dibahas dalam rubric pendidikan ini sangat beragam, baik dari pendidikan akademik hingga kepada tentang urusan rumah tangga seperti masakan, kemasam perabot rumah dan berkaitan dengan hal-hal wanita.

b. Memberi Informasi

Pada asalnya peran dari sebuah majalah adalah untuk memberitahu atau menyampaikan informasi. Namun hal itu tergantung kepada ideology dari majalah tersebut apakah untuk memberikan informasi yang benar atau hanya andaian yang menurut pandangan rambang.⁵¹

d. Menghibur

Majalah merupakan salah satu media yang menjadi sumber hiburan bagi masyarakat. berbagai hiburan yang dapat dilihat dalam majalah baik yang mengandung unsur positif ataupun negatif. Hiburan seperti puisi dan syair yang berkonsepkan nilai-nilai sastra dan hiburan berkonsepkan nilai negatif pula seperti cerita dan gossip artis dan sebagainya.

⁵¹ *Ibid.* h. 12

e. Mempengaruhi

Bagi sebagian organisasi, sangat jelas dan dapat dilihat bahwa majalah dijadikan sebagai suatu alat untuk mempengaruhi pemikiran masyarakat untuk mencapai sesuatu tujuan. Majalah yang dikuasai oleh sesuatu pihak menjadi media penting untuk menyebarkan pengaruh pihak yang bersangkutan.⁵² Namun majalah yang berunsurkan Islami lebih memfokuskan dalam upaya mempengaruhi masyarakat dalam bentuk akidah, akhlak, syariah dan lain-lain.

f. Mengkritik

Fungsi majalah yang jarang dibahas ialah tentang fungsi majalah untuk mengkritik. Kritik terhadap sesuatu hal yang tidak dapat diterima, seperti suatu program yang tidak sesuai dan berjalan dengan maksimal atau pelaksanaan yang membebankan masyarakat. Serangan kritik yang paling kerap ialah tentang penyalahgunaan kekuasaan, rasuah dan penindasan. Dari segi kritik sosial yang sering juga dikemukakan terhadap adalah tentang suatu pemborosan yang dilakukan oleh aparat pemerintahan, gaji pekerja dan kenaikan harga atau biaya suatu barang yang berkaitan dengan publik. Dan yang menjadi sasaran dalam hal seperti ini adalah para pihak pemerintah yang dianggap menyalahi kekuasaan

⁵² *Ibid.* h. 14

yang telah diamatkan. Kritikan mungkin disalurkan melalui rencana pengarang atau liputan langsung berita dari masyarakat.⁵³

Berdasarkan pengenalan dakwah Islamiah yang telah diuraikan oleh penulis menunjukkan betapa cantiknya Islam di dalam menyebarkan dakwah. berbagai cara yang digunakan bermula dari seorang pendakwah yang perlu mempunyai berbagai ciri dan sifat tertentu sebagai kelengkapan untuk menyampaikan dakwah kepada sasaran. Selain itu, pendakwah juga mesti mengetahui metode-metode dakwah berdasarkan yang tepat dan yang pastinya tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Selanjutnya, jika kita berdakwah berlandaskan pengenalan dakwah Islamiah tersebut, maka InsyaAllah Islam akan tersebar mudah dan menyeluruh ke semua penjuru dunia.

E. Pelajar

Menurut W.J.S. Poerwadarminta 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 ke tingkat tertinggi, dengan perkataan lain adalah dimulai dari Taman Kanak-kanak, Sekolah Dasar, Sekolah Lanjutan sampai Perguruan Tinggi (Universitas, Akademi).⁵⁴

⁵³ *Ibid.* h. 14

⁵⁴ Sarlito Wirawan Sarwono, *Pergeseran Norma Perilaku Seksual Kaum Remaja*, (Jakarta: CV. Rajawali, 1991), h. 33.

Kata “pelajar” dalam sebutan secara umum dipergunakan hanya untuk murid yang sedang mengikuti pendidikan di tingkat dasar dan sekolah lanjutan, atau lazim juga disebut dengan siswa, sedangkan sebutan bagi murid yang duduk dibangku Perguruan Tinggi (PT) adalah mahasiswa.

Dalam bukunya *Great Didactic*, John Amos Comenius, menganjurkan pembahagian sekolah berdasarkan teori perkembangan jiwa yang didasarkan pada teori psikologi fakultas. Pembagian tersebut adalah dalam 4 (empat) tahap, masing-masing tahap lamanya 6 (enam) tahun (pembagian tahap-tahap ini masih dianut oleh sistem pendidikan di Indonesia sampai sekarang):

- a. 0 – 6 tahun : Pendidikan oleh ibu sendiri (*mother school*) untuk mengembangkan bagian dari jiwa penginderaan dan pengamatan.
- b. 6 – 12 tahun : Pendidikan dasar (*Elementary Education*) sesuai dengan berkembangnya ingatan (*Memory*) dan diberikanlah dalam tahap ini pelajaran-pelajaran bahasa, kebiasaan-kebiasaan sosial dan agama.
- c. 12 – 18 : Sekolah lanjutan (*Latin School*) sesuai dengan berkembangnya penalaran (*reasoning*). Pada tahap ini anak-anak dilatih untuk mengerti prinsip-prinsip kausalitas (hubungan sebab-akibat) melalui pelajaran tata bahasa, ilmu alam, matematika, etika, dialektika dan retorika.

- d. 18 – 24 tahun : Pendidikan tinggi (*Universitas*) dan pengembaraan (*Travel*) untuk mengembangkan kehendak.⁵⁵

Berdasarkan pengelompokan di atas akan dapat kita hubungkan bahwa sifat dari seorang anak tidak dapat terlepas dari pengaruh usia ketika ia mengikuti pendidikan dibangku sekolah tersebut. Seorang anak mulai memasuki dunia sekolah adalah merupakan langkah awalnya untuk mengenal lingkungan berbeda yang lebih luas lagi dari pada yang selama ini dialaminya, yaitu lingkungan rumah dan sekitarnya saja. Perubahan ini turut mempengaruhi terhadap perkembangan pemikirannya serta turut juga mempengaruhi kepada sifat-sifat dasar dari seorang anak. Untuk penelitian ini penulis memilih hanya kepada tahap b yaitu pelajar yang berumur 6tahun hingga 12 tahun karena target pembaca majalah ASUH adalah anak-anak kecil sekolah dasar.

⁵⁵ H.M. Arifin, *Psikologi dan Beberapa Aspek Kehidupan Rohaniah Manusia*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1983), h. 22.