

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam. Berdasarkan data dari Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri, jumlah penduduk Indonesia mencapai 277,53 juta jiwa pada tahun 2023. Dari jumlah tersebut, sebanyak 240,62 juta jiwa atau 86,7% beragama Islam (Annur, 2023). Salah satu rukun Islam yang memiliki posisi sangat penting bagi umat Islam Indonesia adalah ibadah haji. Setiap tahunnya, ratusan ribu umat Islam Indonesia berangkat ke Tanah Suci untuk menunaikan ibadah haji, menunjukkan betapa kuatnya komitmen spiritual masyarakat Muslim di Indonesia.

Pada tahun 2024, kuota jemaah haji Indonesia mencatat rekor tertinggi dalam sejarah, dengan kuota jemaah mencapai 241.000 orang. Indonesia juga menerima tambahan kuota sebesar 20.000 jemaah, dengan 10.000 kuota tambahan dialokasikan untuk jemaah haji reguler dan 10.000 lainnya untuk jemaah haji khusus. Dengan demikian, total jemaah haji Indonesia tahun ini mencapai 241.000 orang, terdiri dari 213.320 jemaah reguler dan 27.680 jemaah haji khusus (Salma, 2024). Ibadah haji menjadi puncak dari kehidupan keagamaan seorang Muslim dan merupakan momen yang sangat dinantikan oleh banyak orang.

Dalam konteks pelaksanaan ibadah haji dan umrah, penyebaran informasi yang akurat dan terpercaya menjadi sangat penting. Di era digital saat ini, informasi mengenai kuota haji dan berbagai detail terkait pelaksanaan haji dapat dengan

mudah diakses melalui internet. Internet memiliki peran penting bagi manusia karena memberikan akses tak terbatas kepada berbagai sumber informasi. Sebagai penyedia akses informasi yang tidak terbatas, internet memberikan kesempatan kepada individu untuk menjelajahi pengetahuan dari berbagai sudut pandang. Dengan hanya beberapa klik, seseorang dapat memperoleh pemahaman yang luas tentang berbagai topik, termasuk topik haji dan umrah.

Salah satu layanan internet yang menyediakan akses informasi yang luas adalah portal berita. Portal berita merujuk pada sebuah halaman situs web yang menyajikan informasi mengenai peristiwa terkini atau yang telah terjadi. Informasi yang disampaikan pada portal berita tidak jauh berbeda dengan informasi yang ditemukan dalam media cetak, namun disajikan melalui media internet atau dikenal juga sebagai media online. Dalam portal berita, pengguna dapat menemukan berbagai jenis berita yang mencakup beragam topik, termasuk topik mengenai keislaman.

Dalam era digital, portal berita memiliki peran yang sangat signifikan dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, termasuk dalam penyajian berita-berita keagamaan seperti haji dan umrah yang memerlukan pendekatan khusus. Media memiliki potensi besar untuk menjadi sarana dakwah yang efektif melalui pemberitaan ini, tidak hanya sekadar menyampaikan informasi tentang kegiatan ibadah, tetapi juga untuk mengedukasi masyarakat dan memperkuat aspek spiritualitas mereka. Namun, hingga saat ini, masih terbatas kajian yang mendalami bagaimana media menerapkan strategi komunikasi dakwah dalam penyajian berita-berita keagamaan tersebut, khususnya dalam konteks media digital seperti portal

berita. Padahal, pendekatan yang tepat dalam penyampaian pesan keagamaan dapat meningkatkan pemahaman dan penerimaan masyarakat terhadap nilai-nilai spiritual yang disampaikan.

Karena itu, media pemberitaan perlu mengembangkan strategi yang paling efektif agar pesan dakwah dapat diterima dengan baik oleh audiens. Strategi ini merujuk pada rencana tindakan yang mencakup metode serta pemanfaatan semua sumber daya yang tersedia (Aziz, 2017: 349). Dalam konteks pemberitaan haji dan umrah, strategi yang tepat dapat membantu media menyampaikan pesan-pesan keislaman dengan lebih menarik dan menyentuh, sehingga mampu menanamkan nilai-nilai religius secara mendalam. Media perlu memahami bahwa keberhasilan strategi dakwah sangat bergantung pada sejauh mana pesan yang disampaikan mampu beresonansi dengan pengalaman dan emosi audiens. Oleh karena itu, pendekatan yang sistematis dan terarah menjadi kunci agar pemberitaan keagamaan tidak hanya sekadar informasi, tetapi juga mampu membimbing masyarakat menuju pemahaman yang lebih baik tentang agama.

Tidak banyak media berita online yang mampu menerapkan pendekatan yang tepat dalam mengemas dan menyampaikan informasi dalam bentuk pemberitaan yang bersifat keagamaan. Pikiran Rakyat merupakan salah satu situs media terkemuka yang mampu menyajikan berita keagamaan seperti haji dan umrah secara informatif, edukatif, dan menyentuh aspek spiritual audiens. Beritanya tidak hanya faktual, tetapi juga dapat meningkatkan kesadaran religius pembaca dan memperkuat nilai keislaman masyarakat. Terdapat rubrik khusus mengenai berita haji dan umrah yang disebut Kabar Haramain di halaman terakhir koran Pikiran

Rakyat menyoroti informasi penting dari pelaksanaan ibadah haji dan umrah. Di situs web pikiran-rakyat.com, rubrik serupa yang disebut Haji Insight telah tersedia sejak tahun 1996, memberikan akses yang luas bagi pembaca untuk mendapatkan informasi terkini seputar ibadah haji dan umrah. Dengan demikian, Pikiran Rakyat menjelma sebagai sumber terpercaya dan terkemuka bagi individu yang ingin memperoleh wawasan yang akurat mengenai pelaksanaan ritual keagamaan tersebut.

Peneliti memilih Pikiran Rakyat sebagai subjek utama karena reputasinya yang kuat sebagai sumber berita yang dapat diandalkan dan terpercaya, khususnya dalam liputan keagamaan seperti haji dan umrah, yang menjadi perhatian utama bagi umat Muslim di Indonesia. Pada awalnya, Pikiran Rakyat merupakan surat kabar harian yang diterbitkan di Bandung, Indonesia, dengan peredaran yang meliputi Jawa Barat dan Banten. Pada bulan September 1996, surat kabar Pikiran Rakyat mengembangkan domainnya menjadi <https://pikiran-rakyat.com>, yang setiap harinya menyajikan berita secara cepat dan dapat dipercaya. Dengan mengusung prinsip “siger tengah”, informasi yang disajikan didasarkan pada fakta, bersifat berimbang, dan etis. Berita disusun secara dinamis untuk memastikan tingkat relevansi yang tinggi dengan pembaca, sementara informasi yang disajikan mencerminkan latar belakang pembaca yang beragam. Tujuan dari informasi yang disajikan adalah untuk memberikan pencerahan dan menjadi rujukan di tengah luasnya arus informasi di dunia maya.

Selain itu, peneliti memilih Pikiran Rakyat sebagai objek dalam penelitian ini, karena reputasinya sebagai salah satu situs media terkemuka di Indonesia. Menurut

platform analisis web asal New York, SimilarWeb (2024), pada Januari 2024 portal berita pikiran-rakyat.com menduduki peringkat 12 dalam kategori *news and media publisher* di Indonesia. Jumlah pengunjungnya pun terus meningkat secara signifikan, hingga data terakhir menunjukkan Pikiran-rakyat.com telah mendapatkan total sebanyak 22,9 juta kunjungan. Selain itu, Pada tahun 2011, Harian Umum Pikiran Rakyat diberi penghargaan *Indonesia Most Favorite Youth Brand 2011* kategori media cetak oleh Marketeers Award dari Mark Plus, yang diberikan langsung oleh Founder & President Mark Plus Inc., Hermawan Kartajaya.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa media massa memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi keagamaan. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Rijal Mamdud (2019) menyatakan bahwa dakwah lewat media massa menjadi sebuah keharusan karena memungkinkan dakwah dilakukan dengan lebih efektif dan efisien. Media massa, dengan jangkauannya yang luas, dapat menyampaikan pesan dengan cepat kepada berbagai lapisan masyarakat. Penelitian oleh Murniaty Sirajuddin (2014) juga mengungkapkan bahwa strategi dakwah melalui media online mampu menembus batas ruang dan waktu dengan biaya dan energi yang relatif terjangkau. Media online seperti situs web, blog, dan platform media sosial memungkinkan pendakwah menjangkau audiens lebih luas tanpa kendala geografis, menjadikannya sarana ideal untuk dakwah, terutama kepada generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi digital.

Selain itu, penelitian oleh Febri Kurniawan dan Khoirul Anwar (2020) menunjukkan bahwa strategi dakwah melalui media massa dapat mempengaruhi perilaku dan sikap seseorang karena media massa berfungsi sebagai pembentuk

opini publik. Kemampuan media massa untuk membentuk persepsi dan opini masyarakat melalui penyajian informasi yang terstruktur dan sistematis memperkuat perannya dalam dakwah. Namun, meskipun penelitian-penelitian tersebut telah membahas peran penting media massa dalam dakwah, belum ada yang secara spesifik mengeksplorasi bagaimana sebuah media massa dapat mengembangkan dan menerapkan strategi dakwah dalam konteks pemberitaan haji dan umrah. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah tersebut dengan fokus pada strategi dakwah yang diterapkan oleh Pikiran Rakyat dalam pemberitaan mengenai haji dan umrah, sehingga memberikan kontribusi yang lebih spesifik dan mendalam dalam literatur dakwah dan media massa.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus spesifiknya terhadap strategi dakwah yang diterapkan oleh media massa Pikiran Rakyat dalam pemberitaan mengenai haji dan umrah. Pemberitaan mengenai ritual keagamaan ini memiliki nilai spiritual yang mendalam bagi umat Islam, dan peran media dalam menyajikan informasi yang tepat, akurat, dan inspiratif sangatlah krusial. Namun, hingga saat ini, belum banyak penelitian yang secara khusus mengeksplorasi bagaimana media massa dapat memanfaatkan strategi dakwah dalam konteks pemberitaan ritual keagamaan seperti haji dan umrah. Dengan demikian, penelitian ini menutup celah dalam literatur akademik dan menyediakan wawasan baru tentang peran media dalam menyebarkan pesan keagamaan melalui berita-berita yang mereka sajikan.

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan analisis konten dan wawancara mendalam untuk menggali lebih dalam mengenai strategi dakwah yang digunakan oleh Pikiran Rakyat. Analisis konten akan membantu mengidentifikasi pola-pola

dan teknik-teknik yang digunakan dalam pemberitaan haji dan umrah, seperti penggunaan bahasa, narasi, dan visual yang dapat menginspirasi dan mendidik pembaca. Sementara itu, wawancara mendalam dengan jurnalis dan redaktur Pikiran Rakyat akan memberikan perspektif langsung tentang tujuan dan proses di balik penyusunan berita-berita tersebut. Kombinasi dari kedua metode ini akan memberikan gambaran yang komprehensif tentang bagaimana Pikiran Rakyat menerapkan strategi dakwah dalam konteks pemberitaan ritual keagamaan.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkaya literatur akademik tentang dakwah dan media massa, tetapi juga memberikan panduan praktis bagi media massa lainnya dalam menyajikan berita keislaman yang akurat dan bermanfaat. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi media lain untuk mengembangkan strategi dakwah yang efektif dalam pemberitaan keagamaan, sehingga dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran keagamaan di kalangan masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga membuka peluang bagi studi lanjutan yang lebih mendalam mengenai peran media massa dalam mendukung dan mempromosikan nilai-nilai keislaman melalui pemberitaan yang berkualitas.

Dari latar belakang yang telah disampaikan, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam guna mengeksplorasi strategi dakwah yang diimplementasikan oleh Pikiran Rakyat melalui konten berita haji dan umrah yang tersedia di website *pikiran-rakyat.com*. Penelitian ini dianggap penting karena diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana media online dapat menerapkan strategi komunikasi dakwah yang efektif dalam pemberitaan keagamaan seperti haji dan umrah. Selain itu, penelitian

ini juga dapat menjadi panduan bagi media lain dalam menyusun pemberitaan yang tidak hanya informatif, tetapi juga mampu mengedukasi dan memperkuat aspek spiritual masyarakat.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan hasil uraian latar belakang penelitian di atas, maka dapat ditentukan bahwa yang menjadi masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana strategi dakwah sentimental Pikiran Rakyat dalam pemberitaan Haji dan Umrah?
2. Bagaimana strategi dakwah rasional Pikiran Rakyat dalam pemberitaan Haji dan Umrah?
3. Bagaimana strategi dakwah indrawi Pikiran Rakyat dalam pemberitaan Haji dan Umrah?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mencapai tujuan yang berkaitan dengan fokus penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk menemukan bagaimana strategi dakwah sentimental Pikiran Rakyat dalam pemberitaan Haji dan Umrah.
2. Untuk menemukan bagaimana strategi dakwah rasional Pikiran Rakyat dalam pemberitaan Haji dan Umrah.
3. Untuk menemukan bagaimana strategi dakwah indrawi Pikiran Rakyat dalam pemberitaan Haji dan Umrah.

D. Kegunaan Penelitian

Sebuah penelitian akan bermanfaat jika memberikan kontribusi positif bagi kemajuan ilmu pengetahuan dan dapat memberikan jawaban atas masalah-masalah sosial yang mendesak. Kehadiran penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat yang substansial untuk masalah-masalah sosial, termasuk manfaat secara akademis dan manfaat secara praktis.

1. Manfaat secara akademis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan sumbangsih yang signifikan dalam konteks pengembangan ilmu dakwah, komunikasi, dan penyiaran Islam melalui media massa. Hasil dari penelitian ini diharapkan tidak hanya menjadi bahan evaluasi, tetapi juga masukan penting untuk meningkatkan efektivitas dan keefektifan kegiatan penyampaian informasi kepada masyarakat melalui berbagai platform media massa. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian literatur dalam bidang tersebut, dengan fokus pada strategi dan teknik yang optimal dalam menyebarkan nilai-nilai agama Islam secara luas dan berkelanjutan.

2. Manfaat secara praktis

Penelitian ini bertujuan untuk memperluas pengetahuan akademis penulis, dengan harapan temuan dari penelitian ini dapat menjadi pijakan untuk penelitian yang lebih mendalam di masa depan, baik di lokasi yang sama maupun di berbagai lokasi lainnya. Dengan pendekatan ini, secara bertahap, pengetahuan yang sistematis tentang strategi dakwah dapat menjadi dasar yang kuat dalam merumuskan teori dan model penelitian yang lebih komprehensif di bidang

tersebut. Hal ini tidak hanya dapat memperkaya wawasan akademis, tetapi juga memperluas pemahaman kita tentang implementasi dakwah melalui pendekatan ilmiah yang terstruktur dan mendalam.

E. Kajian Penelitian yang Relevan

Penelitian ini relevan dengan beberapa penelitian terdahulu. Peneliti memanfaatkan korelevanan tersebut untuk dijadikan referensi dalam pembuatan proposal penelitian ini. Berikut beberapa penelitian terdahulu, diantaranya:

1. Skripsi yang berjudul “Strategi Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus melalui media sosial di tengah Pandemi Covid-19” oleh Raihana Ummu Kulsum pada tahun 2020. Skripsi tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian ini, keduanya menggunakan teori strategi dakwah Al-Bayanuni. Bedanya, skripsi tersebut meneliti strategi dakwah organisasi mahasiswa di media sosial untuk audiens kampus secara interaktif, sementara penelitian ini fokus pada strategi dakwah media Pikiran Rakyat yang menyajikan pemberitaan haji dan umrah secara formal untuk khalayak luas.
2. Skripsi yang ditulis oleh Alpia Nur Zakiyyah pada tahun 2023 berjudul “Strategi dakwah melalui media sosial: Analisis deskriptif pada akun media sosial @ldmuinbdg”. Skripsi tersebut dan penelitian ini sama-sama menggunakan teori strategi dakwah Al-Bayanuni. Bedanya, skripsi tersebut meneliti strategi dakwah organisasi mahasiswa di media sosial untuk audiens kampus secara interaktif, sementara penelitian ini fokus pada strategi dakwah media Pikiran Rakyat yang menyajikan pemberitaan haji dan umrah secara formal untuk khalayak luas.

3. Jurnal yang berjudul “Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet” oleh Murniaty Sirajuddin pada tahun 2014 memiliki kesamaan dengan penelitian ini, yakni subjeknya merupakan strategi dakwah. Bedanya, jurnal tersebut membahas strategi dakwah digital secara luas untuk khalayak heterogen, sementara penelitian ini mengkaji penerapan strategi dakwah dalam pemberitaan haji dan umrah yang ditujukan kepada pembaca Muslim.
4. Jurnal yang ditulis oleh Febri Kurniawan dan Khoirul Anwar pada tahun 2020 berjudul “Strategi Dakwah Islam melalui Media Massa (Televisi) di Indonesia” memiliki kesamaan dengan penelitian ini, berfokus pada strategi dakwah. Perbedaannya, jurnal tersebut mengkaji penyampaian dakwah Islam melalui program televisi yang memanfaatkan audio-visual dan interaksi langsung dengan penonton, sementara penelitian ini fokus pada media Pikiran Rakyat yang menyoroti strategi dakwah melalui pemberitaan mendalam mengenai haji dan umrah dengan narasi tulisan dan penyajian editorial.
5. Tesis yang berjudul “Strategi Dakwah Sekolah Cendekia BAZNAS (SCB) Terhadap Mualaf” oleh Hikmawati pada tahun 2023 memiliki kesamaan dengan penelitian ini, menggunakan strategi dakwah Al-Bayanuni. Bedanya, tesis tersebut berfokus pada strategi dakwah pendidikan untuk mualaf melalui program pembinaan di sekolah, sementara penelitian ini mengkaji penyajian informasi haji dan umrah di media Pikiran Rakyat dengan narasi jurnalistik untuk menyampaikan pesan agama.

Tabel 1. 1 Kajian Penelitian yang Relevan (Observasi Penulis, 2024)

No.	Penulis	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Raihana Ummu Kulsum (2020, Skripsi)	Strategi Dakwah Ustadzah Halimah Alaydrus melalui media sosial di tengah Pandemi Covid-19	Menggunakan teori strategi dakwah Al-Bayanuni	Skripsi tersebut lebih menitikberatkan pada peran individu dalam memanfaatkan media sosial untuk berdakwah selama pandemi. Sedangkan penelitian ini pada strategi dakwah dalam konteks media massa dan pemberitaan.
2.	Alpia Nur Zakiyyah (2023, Skripsi)	Strategi dakwah melalui media sosial : Analisis deskriptif pada akun media sosial @ldmuinbdg	Menggunakan teori strategi dakwah Al-Bayanuni	Skripsi tersebut meneliti strategi dakwah organisasi mahasiswa melalui media sosial dengan pendekatan interaktif dan informal, sedangkan penelitian ini meneliti berita haji dan umrah yang disajikan secara formal untuk khalayak luas dengan pendekatan terstruktur.
3.	Murniaty Sirajuddin (2014, Jurnal)	Pengembangan Strategi Dakwah Melalui Media Internet	Subjeknya merupakan strategi dakwah.	Jurnal tersebut membahas strategi dakwah digital secara luas untuk khalayak heterogen, sementara penelitian ini mengkaji penerapan strategi dakwah dalam pemberitaan haji dan umrah yang ditujukan kepada pembaca Muslim.
4.	Febri Kurniawan dan Khoirul Anwar (2020, Jurnal)	Strategi Dakwah Islam melalui Media Massa (Televisi) di Indonesia	Subjeknya merupakan strategi dakwah	Jurnal tersebut mengkaji penyampaian dakwah Islam melalui program televisi yang memanfaatkan audio-visual dan interaksi langsung dengan penonton, sementara penelitian ini fokus pada strategi dakwah Pikiran Rakyat dalam pemberitaan haji dan umrah engan narasi tulisan dan penyajian editorial.
5.	Hikmawati (2023, Tesis)	Strategi Dakwah Sekolah Cendekia BAZNAS (SCB) Terhadap Mualaf	Menggunakan strategi dakwah Al-Bayanuni	Tesis tersebut berfokus pada strategi dakwah pendidikan untuk mualaf melalui program pembinaan di sekolah, sementara penelitian ini mengkaji penyajian informasi haji dan umrah di Pikiran Rakyat dengan narasi jurnalistik untuk menyampaikan pesan agama.

F. Kerangka Pemikiran

1. Landasan Teoritis

Untuk mencapai tujuan penelitian, penelitian ini mengadopsi teori strategi dakwah Al-Bayanuni serta teori AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) oleh Kotler dan Keller. Kedua teori ini sangat relevan dan tepat untuk diterapkan karena tahapan, proses, dan komponen yang dibutuhkan dalam penelitian ini terdapat dalam kedua teori tersebut.

a. Teori Strategi Dakwah Al-Bayanuni

Penelitian ini menggunakan teori strategi dakwah Al-Bayanuni, yang disebutkan dalam kitab *Al-Madkhal ila Ilmi Dakwah*. Menurut Muhammad Abu Fatah Al-Bayanuni (1993), strategi dakwah adalah serangkaian ketentuan dan rencana yang dirumuskan untuk melaksanakan aktivitas dakwah secara efektif. Al-Bayanuni menekankan pentingnya perencanaan yang matang dan terstruktur dalam menjalankan dakwah, agar pesan-pesan keagamaan dapat disampaikan dengan baik dan mencapai sasaran yang diinginkan. Al-Bayanuni membagi strategi dakwah dalam tiga bentuk.

Pertama, strategi sentimental (*al-manhaj al'athifi*) adalah jenis strategi dakwah yang menekankan pada kelembutan, membangkitkan perasaan batin, dan mampu menggerakkan hati dari penerima pesan dakwah (Aziz, 2017: 301). Strategi ini memanfaatkan aspek emosional manusia untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan secara lebih mendalam dan menyentuh. Hati, dalam konteks pemahaman spiritual, merupakan bagian yang memiliki potensi luar biasa yang tidak dimiliki oleh unsur lain dalam diri manusia. Hati dianggap

sebagai pusat segala perasaan batin dan tempat penyimpanan pemahaman atau perasaan, sehingga menjadi fokus utama dalam strategi sentimental untuk menggerakkan dan mempengaruhi penerima dakwah.

Abd. Hamid al-Bilali menyatakan bahwa *Mau'izhah Hasanah* adalah salah satu pendekatan dalam dakwah yang bertujuan mengajak individu menuju jalan Allah melalui pemberian nasihat atau bimbingan yang lembut, sehingga mereka bersedia berbuat baik. Pendekatan ini menekankan pentingnya menyentuh hati dan perasaan penerima dakwah, dengan harapan bahwa nasihat yang diberikan dapat membangkitkan kesadaran dan motivasi dalam diri mereka untuk melakukan perubahan positif.

Kedua, strategi rasional (*al-manhaj al-aqli*) menurut Al Bayununi adalah jenis dakwah yang menggunakan teknik yang berfokus pada akal pikiran. Pendekatan rasional memungkinkan target dakwah untuk merenung, mempertimbangkan, dan belajar. Beberapa metode dari strategi rasional meliputi penggunaan logika, percakapan, dan penyajian contoh serta data historis (Muklis, 2018: 86). Nabi menggunakan metode ini untuk menanggapi argumen dari pemuka Yahudi yang terkenal cerdas, yang mengklaim bahwa Tuhan telah meninggal. Terdapat kelompok-kelompok yang mengaku memiliki pengetahuan tentang kapan hari kiamat akan terjadi.

Al-Qur'an mendorong penggunaan strategi rasional dengan berbagai terminologi, seperti *tafakkur*, *tadzakkur*, *nazhar*, *ta'ammul*, *i'tibar*, *tadabbur*, dan *istibshar*. *Tafakkur* adalah proses pemikiran yang digunakan untuk memahami dan merenungkan suatu konsep. *Tadzakkur* adalah upaya untuk

mengingat kembali ilmu yang sudah dipelajari. *Nazhar* adalah mengarahkan perhatian hati pada suatu objek yang sedang diamati. *Ta'ammul* adalah melakukan refleksi berulang kali untuk mencapai kebenaran dalam hati. *I'tibar* adalah perpindahan dari satu pengetahuan ke pengetahuan lainnya. *Tadabbur* adalah mengkaji implikasi dari setiap masalah yang dipertimbangkan. Dan *istibshar* adalah mengungkap atau menyingkap sesuatu dan memperlihatkannya kepada hati untuk dipertimbangkan.

Strategi indrawi (*al-manhaj al-hissi*), yang juga dikenal sebagai strategi eksperimental atau ilmiah, adalah pendekatan dakwah yang mengikuti temuan studi dan percobaan dengan cermat, serta berfokus pada penggunaan panca indera. Pendekatan ini kadang-kadang disebut sebagai metode ilmiah karena didasarkan pada ilmu eksperimen, namun penggunaan istilah *hissi* atau *tajribi* dianggap lebih tepat dan memiliki makna yang lebih mendalam serta jelas.

Karakteristik utama dari strategi dakwah indrawi adalah efeknya yang mendalam terhadap psikis manusia. Pendekatan ini mengandalkan pengalaman nyata yang dapat dirasakan langsung melalui panca indera, seperti penglihatan, pendengaran, penciuman, perasaan, dan sentuhan. Strategi ini mampu mempengaruhi emosi dan persepsi penerima dakwah karena berbasis pada pengalaman yang konkret dan bisa diuji. Karena pengalaman indrawi bisa dirasakan oleh semua manusia tanpa memandang latar belakang budaya atau bahasa, strategi ini memiliki potensi untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam.

b. Teori AIDA

Menurut Onong Uchjana Effendy (1981: 84) yang dikutip dalam buku Dimensi-Dimensi Komunikasi, strategi komunikasi adalah panduan dalam perencanaan dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Agar tujuan tersebut tercapai, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan cara operasional yang taktis, dengan pendekatan yang dapat berubah sesuai dengan situasi dan kondisi.

Teori AIDA, yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller, adalah formula yang sering digunakan untuk membantu perencanaan secara luas (Zuhri & Christiani, 2019: 22). Tahapannya meliputi menarik perhatian komunikan (*Attention*), membangkitkan ketertarikan terhadap konten (*Interest*), menimbulkan keingintahuan lebih lanjut tentang konten (*Desire*), dan mendorong komunikan untuk melakukan tindakan terhadap konten tersebut (*Action*). Teori AIDA ini sering digambarkan dalam bentuk diagram.



Gambar 1. 1 Diagram Teori AIDA (www.slidegrand.com, 2024)

2. Kerangka Konseptual

a. Strategi Dakwah

Strategi dakwah adalah proses menentukan metode dan upaya untuk menghadapi target dakwah dalam situasi dan kondisi tertentu guna mencapai tujuan dakwah secara optimal. Dengan kata lain, strategi dakwah adalah siasat, taktik, atau manuver yang digunakan untuk mencapai tujuan dakwah (Pimay, 2005: 50). Dalam skripsi ini yang dijadikan sebagai teori utama adalah teori strategi dakwah dari Al-Bayanuni.

Al-Bayanuni membagi strategi dakwah dalam tiga bentuk yakni strategi sentimental. Strategi sentimental adalah dakwah yang menekankan aspek emosional dan menggerakkan perasaan serta batin target dakwah. Strategi rasional adalah dakwah yang menggunakan metode-metode yang berfokus pada aspek pemikiran logis. Strategi indrawi, yang juga dikenal sebagai strategi eksperimen atau ilmiah, adalah sistem atau kumpulan metode dakwah yang berorientasi pada pancaindra dan berdasarkan pada hasil penelitian. Teori ini dipilih sebagai landasan karena kejelasannya dan kemudahan pemahamannya, sehingga membantu penulis dalam menganalisis data yang akan datang.

b. Media Massa

Menurut Santoso (2013: 18), media massa adalah istilah yang muncul pada tahun 1920-an untuk menyebut jenis media yang dirancang khusus untuk menjangkau masyarakat yang sangat luas. Keunggulan media massa dibandingkan dengan media lain adalah kemampuannya mengatasi hambatan ruang dan waktu, serta menyebarkan pesan secara serentak dan cepat kepada

audiens yang sangat luas dan heterogen. Sedangkan menurut Ardianto (2007: 58), media massa adalah saluran atau alat yang digunakan dalam proses komunikasi massa.

Media massa dalam konteks jurnalistik dikategorikan ke dalam tiga jenis, yakni media cetak, media elektronik dan media online. Peneliti memilih media online yakni portal berita sebagai objek penelitian dalam skripsi ini. Portal berita adalah sebuah halaman website yang menyediakan informasi tentang peristiwa terbaru maupun peristiwa yang telah terjadi. Menurut peneliti, dalam era teknologi yang terus berkembang, seharusnya berita tidak lagi hanya tersedia melalui media cetak seperti koran. Saat ini, berita dapat diakses melalui media online dalam portal berita yang dapat dibaca kapan saja dan di mana saja.

c. Website Sebagai Media Dakwah

Media (*wasilah*) dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran Islam) kepada *mad'u* (Aziz, 2004: 120). Media dakwah dapat diartikan secara rasional sebagai segala sesuatu yang digunakan atau mendukung penyampaian pesan dari komunikator (*da'i*) kepada khalayak. Dengan beragamnya media yang tersedia, dai harus cermat dalam memilih media yang efektif untuk mencapai tujuan dakwah. Pikiran Rakyat memilih website sebagai sarana untuk berdakwah, atau dengan kata lain, sebagai media untuk menyampaikan berita mengenai haji dan umrah.

Menurut Sebok, Vermaat, dan tim (2018: 70) website adalah kumpulan halaman yang saling terhubung yang berisi berbagai item seperti dokumen dan gambar yang tersimpan di dalam web server. Web app adalah aplikasi yang

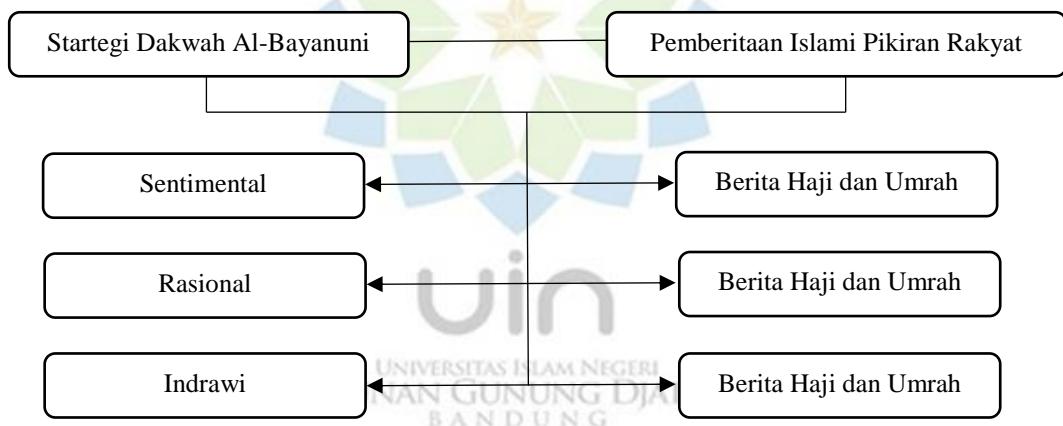
berada di web server dan dapat diakses oleh pengguna melalui browser, biasanya menampilkan data pengguna dan informasi dari server. Sedangkan menurut Yuhefizar (2016), website adalah kumpulan halaman web dalam sebuah domain yang mengandung informasi. Sebuah website biasanya terdiri dari banyak halaman web yang saling terhubung.

d. Pemberitaan Haji dan Umrah

Menurut William S. Maulsby, pemberitaan adalah penyampaian fakta yang penting dan baru terjadi dengan cara yang benar dan tidak memihak, sehingga menarik perhatian pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut (Kusumaningrat, 2010: 1). Sedangkan, berita haji dan umrah adalah laporan atau informasi yang membahas berbagai aspek terkait perjalanan, persiapan, pelaksanaan, dan pengalaman terkait ibadah haji dan umrah. Ini mencakup berita tentang regulasi terbaru, perkembangan terkini, kondisi di tempat-tempat suci, serta cerita-cerita dan pengalaman jamaah selama menjalankan ibadah tersebut.

Dapat disimpulkan, pemberitaan haji dan umrah adalah laporan yang menyajikan informasi terkait perjalanan, persiapan, pelaksanaan, serta pengalaman yang berkaitan dengan ibadah haji dan umrah, termasuk juga isu-isu terkini, regulasi, dan panduan yang relevan bagi jamaah. Pemberitaan mengenai haji dan umrah menjadi objek penelitian dalam skripsi ini karena pentingnya informasi tersebut bagi calon jamaah dan masyarakat umum.

Peneliti memilih pemberitaan haji dan umrah dari media Pikiran Rakyat karena dianggap sebagai sumber yang kredibel dan valid. Salah satu alasan utama adalah karena berita yang disampaikan oleh Pikiran Rakyat diperoleh langsung dari redaktur pelaksana yang dikirim langsung ke Tanah Suci Mekkah pada saat periode musim haji. Keberadaan redaktur pelaksana di lokasi memberikan keunggulan dalam hal akurasi dan kedalaman informasi yang disajikan, sehingga berita yang dihasilkan lebih terpercaya dan mendetail. Hal ini menjadikan Pikiran Rakyat sebagai sumber informasi yang layak untuk dijadikan bahan penelitian dalam skripsi ini.



Gambar 1. 2 Kerangka Konseptual (Observasi Penulis, 2024)

Bagan kerangka konseptual yang terlihat di atas menggambarkan hubungan antara Strategi Dakwah Al-Bayanuni dengan konten berita Islami di situs *pikiran-rakyat.com*, khususnya dalam konteks berita haji dan umrah. Dalam bagan ini, strategi dakwah terbagi ke dalam tiga pendekatan utama yaitu sentimental, rasional, dan indrawi. Setiap pendekatan dakwah ini kemudian dikaitkan langsung dengan bagaimana berita haji dan umrah disajikan di

pikiran-rakyat.com, yang menunjukkan bahwa setiap pendekatan memiliki pengaruh terhadap penyajian berita yang sesuai dengan tujuan dakwah tersebut.

Pendekatan sentimental dalam dakwah mengacu pada cara-cara yang menyentuh perasaan dan emosi pembaca, sementara pendekatan rasional lebih menekankan pada logika dan pemikiran kritis. Di sisi lain, pendekatan indrawi berkaitan dengan aspek-aspek yang bisa dirasakan langsung oleh indra manusia. Ketiga pendekatan ini menunjukkan bahwa berita haji dan umrah tidak hanya disajikan sebagai informasi semata, tetapi juga sebagai alat dakwah yang mempertimbangkan berbagai aspek psikologis dan persepsi pembaca untuk mencapai efektivitas yang maksimal dalam menyampaikan pesan keislaman.

G. Langkah-langkah Penelitian

Langkah-langkah yang dijalankan dalam penelitian ini mencakup beberapa tahapan, yakni penentuan lokasi penelitian, pemilihan paradigma dan pendekatan, penetapan metode penelitian, identifikasi jenis data dan sumber data, pemilihan informan atau unit analisis, implementasi teknik pengumpulan data, penentuan keabsahan data, dan penyusunan teknik analisis.

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor Perusahaan Pikiran Rakyat yang berlokasi di Jl. Asia Afrika No.77, Braga, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40111.

2. Paradigma dan Pendekatan

a. Paradigma

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. Menurut Kriyantono (2009: 51-52), paradigma konstruktivis didefinisikan sebagai pandangan bahwa realitas adalah hasil dari konstruksi sosial, dengan kebenaran yang bersifat relatif dan bergantung pada konteks spesifik yang relevan bagi individu yang terlibat. Paradigma konstruktivis menitikberatkan pada aktivitas pembentukan makna dalam pikiran, di mana realitas dianggap terbentuk melalui interaksi timbal-balik, dialektis, dan berulang-ulang antara struktur sosialnya. Paradigma konstruktivis juga menitikberatkan pada tindakan sosial yang bermakna, terutama bagaimana manusia membentuk makna dalam konteks alami. Fokus penelitian ini adalah pada strategi dakwah yang digunakan oleh Pikiran Rakyat untuk membentuk makna alami dalam pikiran pembaca koran maupun website Pikiran Rakyat.

b. Pendekatan

Pendekatan penelitian yang diterapkan adalah pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif kualitatif yaitu pendekatan penelitian dimana data-data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar-gambar dan bukan angka. Data-data tersebut dapat diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, foto, video tape, dokumentasi pribadi, catatan, atau memo dan dokumentasi lainnya (Moleong, 2005: 4). Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan memahami peristiwa yang dianggap sebagai penyimpangan sosial dalam masyarakat dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan

deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk mengkaji dan mengklarifikasi strategi dakwah yang digunakan oleh Pikiran Rakyat dalam pemberitaan haji dan umrah.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipilih penulis merupakan metode penelitian studi kasus. Menurut Wahyuningsih (2013: 3), studi kasus adalah metode penelitian di mana peneliti menganalisis fenomena atau kasus tertentu dalam konteks waktu dan aktivitas tertentu (seperti prosedur, peristiwa, proses, lembaga, atau kelompok sosial), dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data untuk memperoleh informasi yang mendalam dan rinci di bidang penelitian tertentu.

Peneliti memilih metode studi kasus karena pendekatan ini memungkinkan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana strategi dakwah sentimental, rasional, dan indrawi diterapkan dalam penyajian berita haji dan umrah di *Pikiran-rakyat.com*, sehingga dapat menggali lebih dalam pengaruh dari masing-masing pendekatan terhadap persepsi dan pemahaman pembaca mengenai topik tersebut.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Menurut Hadi (2015: 91), data kualitatif adalah data yang hanya dapat diukur secara tidak langsung. Muhadjir (1998: 29) juga menyatakan bahwa data kualitatif adalah data yang disajikan dalam bentuk kata-kata verbal, bukan angka. Oleh karena itu, data kualitatif adalah data yang diukur secara tidak langsung dan biasanya disajikan dalam bentuk kata-kata verbal, bukan angka.

Adapun yang termasuk kedalam data kualitatif dalam penelitian ini yaitu gambaran umum objek penelitian, gambaran umum mengenai website Pikiran Rakyat, gambaran umum mengenai berita haji dan umrah, serta penjelasan mengenai strategi dakwah yang digunakan Pikiran Rakyat dalam berita haji dan umrah yang dipublikasikan.

b. Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan yaitu *pertama*, sumber data primer. Data primer didefinisikan sebagai data yang dikumpulkan dari keadaan saat peristiwa terjadi (Silalahi, 2012: 289). Penelitian ini memanfaatkan berita-berita haji dan umrah pada portal website *pikiran-rakyat.com*. Proses pengumpulan data dilakukan dengan memilah dan memilih berita haji dan umrah yang sesuai dengan strategi dakwah Al-Bayanuni. *Kedua*, sumber data sekunder, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber pertama. Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan dengan mengeksplorasi sumber bacaan dari buku berjudul “Pengantar Studi Ilmu Dakwah” dan “Ilmu Dakwah” oleh Muhammad Abu Al-Fath Al-Bayanuni, dan penelitian terdahulu yang relevan.

5. Informan atau Unit Analisis

Informan adalah orang yang memiliki kapasitas untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti. Dalam bahasa sederhana, informan adalah orang yang ditanyai oleh peneliti karena dianggap memiliki pengetahuan tentang apa yang ingin diketahui peneliti. Adapun peneliti memilih redaktur pelaksana dan wartawan

Pikiran Rakyat yang dipilih melakukan wawancara di tanah suci Makkah untuk menjadi informan dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini, informan ditentukan menggunakan metode *purposive sampling*, yakni suatu pendekatan yang selektif dalam memilih informan atau narasumber dengan maksud tertentu sesuai dengan fokus penelitian. Pemilihan informan dilakukan berdasarkan keyakinan bahwa orang tersebut memiliki informasi yang relevan dengan tema penelitian dan dianggap dapat memberikan kontribusi yang berharga bagi perolehan data. Peneliti memilih informan yang dianggap paham dengan permasalahan yang akan diselidiki dan memiliki kapasitas untuk memberikan informasi yang dapat diperluas dan dikembangkan.

6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan beberapa teknik yaitu melalui observasi, *interview* (wawancara), dan dokumentasi.

a. Observasi

Menurut Rachmat Kriyantono (2006: 106), Observasi adalah tindakan melihat secara langsung suatu objek tanpa melalui perantara, dengan tujuan untuk mengamati aktivitas yang dilakukan oleh objek tersebut secara mendetail. Peneliti melihat dan mengamati secara mendetail berita-berita haji dan umrah pada *pikiran-rakyat.com* yang termasuk kedalam strategi dakwah Al-Bayanuni.

b. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan interaksi tanya jawab dengan informan terkait dengan inti permasalahan. Wawancara dapat diartikan sebagai pertemuan antara dua individu untuk

menukar informasi dan ide, sehingga makna terkonstruksi dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2007: 72). Peneliti melakukan wawancara kepada Redaktur Pelaksana Pikiran Rakyat, Yusuf Wijanarko dan wartawan yang terpilih untuk meliput di tanah suci pada saat musim haji 2024, Tommy Riyadi dan Eri Mulyani.

c. Dokumentasi

Menurut Sukmadinata (2007: 221), dokumentasi merupakan cara mengumpulkan data dengan menghimpun dan menganalisis berbagai jenis dokumen, termasuk dokumen tertulis, gambar, dan elektronik. Adapun data yang peneliti ambil yaitu arsip pribadi milik Redaktur Pelaksana Pikiran Rakyat, Yusuf Wijanarko yang berisi sejarah, visi dan misi, logo dan struktur organisasi Pikiran Rakyat, yang menjadi bahan analisis dalam penelitian ini. Selain itu, peneliti juga mengambil data statistik jumlah kuota haji 2024 dari website resmi milik Kementerian Agama RI, dan data populasi penduduk muslim di Indonesia dari website Databooks.katadata. Kemudian, peneliti juga mengambil data dari penelitian terdahulu yang memiliki relevansi dengan permasalahan penelitian.

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Peneliti menggunakan teknik triangulasi untuk menguji keabsahan data dalam penelitian ini. Triangulasi merupakan suatu metode pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan elemen di luar data tersebut untuk tujuan pemeriksaan atau sebagai pembanding terhadap data (Moleong, 2010: 330-332).

Teknik triangulasi dapat diimplementasikan dengan memanfaatkan berbagai metode seperti dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dan metode dokumentasi yang bertujuan untuk memvalidasi interpretasi peneliti terhadap data. Triangulasi akan diterapkan dalam penelitian ini ketika kebenaran data atau informasi dari informan diragukan kebenarannya, sehingga diperlukan pengecekan ulang untuk memastikan keakuratannya. Namun, jika data yang diperoleh sudah terbukti jelas, maka triangulasi tidak akan dilakukan dalam penelitian ini.

8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah langkah-langkah untuk mengatur dan menyusun data ke dalam pola, kategori, dan unit dasar sehingga diperoleh tema yang dapat diidentifikasi dan hipotesis kerja dapat dirumuskan sesuai dengan data yang diperoleh. Analisis data dilakukan dengan tujuan untuk menyimpulkan hasil dari data yang telah diperoleh. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Data Model Miles and Huberman (1992:16) yakni model analisis interaktif (*interactive models of analysis*) yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

Reduksi data adalah proses menyesuaikan dan memusatkan data agar data tersebut disederhanakan dari data kasar yang diperoleh dari lapangan. Mereduksi data berarti merangkum, memilih, atau menyeleksi data yang relevan dengan penelitian, sehingga memudahkan fokus pada hal-hal yang penting. Dengan adanya reduksi data, gambaran data menjadi lebih jelas dan mempermudah pengumpulan data pada tahap selanjutnya.

Setelah data direduksi, data tersebut disampaikan dalam bentuk naratif karena penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data disajikan dalam bentuk narasi singkat, diagram, atau diagram yang menghubungkan antara kategori. Dalam penelitian kualitatif, data harus dianalisis secara mendalam, dan jumlah narasumber tidak perlu banyak, tetapi data yang diperoleh harus mendalam dan substansial.

Setelah melakukan reduksi dan penyajian data, peneliti membuat kesimpulan awal yang bersifat provisional, dan dapat berubah jika tidak didukung oleh bukti yang kuat selama tahap pengumpulan data berikutnya. Apabila pada tahap awal, kesimpulan tersebut didukung oleh bukti yang valid dan konsisten selama peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data tambahan, maka kesimpulan tersebut akan menjadi kredibel. Oleh karena itu, kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat dianggap sebagai temuan baru yang belum pernah ditemukan sebelumnya, berupa keyakinan tentang fakta, penafsiran tentang situasi sosial, dan pandangan masyarakat yang dianggap penting.