

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Orde Baru adalah rezim yang lahir sebagai reaksi terhadap rezim sebelumnya, maka kebijakannya tentu bertolak belakang dengan kebijakan-kebijakan yang diambil pemerintahan sebelumnya. Kalau pada masa Orde Lama wacana dan gerakan politik begitu dominan dalam percaturan nasional, maka sebaliknya, Orde Baru tampil dengan slogannya *politik no, ekonomi yes*.<sup>1</sup> Oleh karenanya, pemerintahan Orde Baru menciptakan *counters ideas* (pemikiran-pemikiran tandingan) yang lebih menekankan pada ide-ide pragmatik, deideologisasi, deparpolisasi, program *oriented*, pembangunan *oriented* dan sebagainya.<sup>2</sup>

Lebih jauh pemerintah lebih m

enekan pada program dibandingkan ideologi. Ideologi dianggap sebagai sumber dari pertikaian yang terjadi selama Demokrasi Terpimpin.<sup>3</sup>

Dimana partai politik hanya dituntut untuk memfokuskan pada program-program untuk melaksanakan pembangunan. Perdebatan mengenai

---

<sup>1</sup> Abdul Aziz Thaba, *Islam dan Negara Dalam Politik Orde Baru*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1996), hlm. 188.

<sup>2</sup> Fachry Ali dan Bahtiar Effendy, *Merambah Jalan Baru Islam, Rekonstruksi Pemikiran Orde Baru*, (Bandung: Mizan, 1984), hlm. 95.

<sup>3</sup> Nassir Tamara. *Politik dan Ideologi Mahasiswa Indonesia : Pembentukan dan Konsolidasi Ore Baru 1966- 1974 (Les Etudiants Indonesiens et L'Odre Nouveau)*. (Jakarta : LP3ES, 1985), hlm. 21.

ideologi menjadi hal yang dilarang karena pemerintah menganggap dapat mengganggu stabilitas dan secara sosial tidak produktif.

Hal seperti itu berdampak pada bagaimana Orde Baru menerapkan kebijakan terhadap Islam yang hampir sama seperti yang pernah diterapkan oleh Belanda. Kebijakan Belanda terhadap Islam dicetuskan oleh Christian Snouck Hurgronje. Kebijakan tersebut berpendapat mendukung sepenuhnya Islam agama dan pukul sampai ke akar- akarnya Islam Politik. Ini menjadi dasar Orde Baru menjauhkan peranan politik dari kalangan Islam.<sup>4</sup>

Islam masa Orde Baru mengalami peningkatan pada dasawarsa terakhir yaitu sekitar tahun 1990an, dimana Islam mengalami perkembangan dari segi sisi posisi dan dari segi sisi penerimaan. Hubungan Islam dan Negara seperti hubungan simbiosis mutualisme yaitu saling menguntungkan, disatu sisi Soeharto merasa kelompok Islam dianggap sebagai kekuatan politik baru untuk melanggengkan kekuasaannya. Sementara untuk Islam sendiri, tadinya dianggap sebagai penghalang atau dianggap sebagai masalah dalam kenegaraan (Politik Islam) itu kemudian diapresiasi.

Setelah sekian lama dibungkam oleh rezim Orde Baru, gerakan Islamisme mulai menampakkan taringnya kembali pasca bergulirnya era reformasi. Konsolidasi Natsir pasca pembungkamannya oleh rezim

---

<sup>4</sup> Daniel Dhakidae, *Cendekiawan dan Kekuasaan dalam Negara Orde Baru*, (Jakarta, 2003), hlm.553.

Soeharto ditambah dengan kekecewaan Natsir terhadap pasifnya ormas *mainstream* seperti NU dan Muhammadiyah dalam menjalankan Islamisme, mendorong Natsir untuk membangkitkan Dewan Dakwah Islam Indonesia (DDII), yang pada prosesnya kemudian menginisiasi organisasi kemahasiswaan muslim terpadang bernama KAMMI, berhasil membangun Partai bernama Partai Keadilan (cikal bakal PKS di kemudian hari).<sup>5</sup> Kebangkitan politik Islam sesungguhnya telah mewarnai dinamika politik nasional, terutama dengan banyaknya bermunculan partai Islam dan ormas Islam. Reformasi Mei 1998 telah mendatangkan liberalisasi dan relaksasi politik yang cukup besar. Situasi ini telah memungkinkan lahirnya partai politik dalam jumlah yang sangat banyak. Diantara organisasi politik yang muncul itu ada partai-partai yang mempunyai sosial origin Islam. Sebagai kelanjutan dari asal usul sosial yang demikian itu, ada partai yang menegaskan diri sebagai partai Islam. Ini tampak terutama dalam simbol dan asas partai. Ada pula yang merasa tidak perlu menyatakan diri sebagai partai Islam.

Perkembangan terakhir di pentas politik nasional pasca Soeharto menunjukkan perubahan-perubahan luar biasa, terutama menyangkut politik umat Islam dari yang semula tampak *low profile*, berupaya melakukan terobosan untuk bisa menjadi pemain utama melalui

---

<sup>5</sup> Rendy Adiwilaga. (2017). *Gerakan Islam Politik dan Proyek Historis Penegakan Islamisme di Indonesia*. Jurnal Wacana Politik, 2 (1), hlm 5.

pembentukan partai politik Islam.<sup>6</sup> Fenomena banyaknya partai Islam di masa reformasi merupakan refleksi kemajemukan umat Islam dan keberagaman kepentingan kelompok Islam. Kelahiran partai-partai Islam merupakan buah euforia politik yang tak terelakkan dari proses reformasi. Proses reformasi yang terjadi memang memberikan angin segar kebebasan bagi warga Negara untuk berserikat dan berkelompok yang selama 30 tahun lebih terkungkung oleh kekuasaan absolut sentralistik..

Dalam era kebebasan ini, kalangan Muslim mengungkapkan kepercayaan mereka dengan cara yang bermacam- macam, meskipun hampir semua Muslim memiliki kesamaan dalam kepercayaan kepada Rukun Islam. Sebagian mengenakan pakaian Islam tradisional, hanya membeli produk- produk halal, menyimpan uang di bank syariah, memasuki situs- situs Islam di Internet, mengerjakan shalat- shalat sunnah dan terlibat dalam kegiatan pencarian dana untuk yayasan- yayasan.<sup>7</sup>

Kemudian memunculkan banyaknya identitas Islam yang semakin kuat. Dari partai politik dan ormas Islam mulai memunculkan gerakannya, salah satu gerakannya yaitu gerakan berpakaian dan mengkonsumsi barang- barang Islami, segala sesuatu dimunculkan dengan berbau *syar'i*.

Gerakan bersyariah ini adalah salah satu model penguatan identitas Islam. Hal ini dapat dilihat dari mulai berkembangnya komoditas syariah

---

<sup>6</sup> Zainal Abidin Amir, *Peta Islam Politik : Pasca Soeharto*. (Jakarta : LP3ES, 2003), hlm. 10.

<sup>7</sup> Greg Fealy, Sally White. *Ustadz Seleb, Bisnis Online & Fatwa Online; Ragam Ekspresi Islam Indonesia Kontemporer*. (Depok : Komunitas Bambu, 2012), hlm. 2.

yang semakin berkembang. Ini juga mendorong adanya suatu permintaan atau *demand* maka dengan sendirinya akan terjadi suplay. Maka dalam memenuhi permintaan barang- barang Islami dan jasa- jasa Islami, produk- produk Islami mulai bervariasi dan semakin kreatif.

Kebangkitan itu terjadi pada generasi baru, terutama terdiri dari orang- orang Indonesia kelas menengah, relative berpendidikan, tinggal di kota dan tidak pergi belajar ke sekolah- sekolah agama. Mereka mencari bimbingan Islam dengan cara instan, segar, pragmatis, dan mudah diakses. Sikap ini berbeda dengan orang- orang di pedesaan yang masih pergi untuk mencari kiai yang dihormati yang dapat dimintai nasihat. Kiai- kiai tradisional ini, sebagian dari mereka tidak memiliki pendidikan formal tetapi hafal Al- Qur'an dan Hadits, dengan cara duduk berhadapan dengan para penanya dan kemudian memberi keputusan, jawaban atau nasihat.<sup>8</sup>

Adapun gejala komoditas syariah di era modern ini adalah mulai masuknya iklan- iklan produk Islami di berbagai media. Ini bukti bahwa syariah kini menjadi sebuah kebutuhan, dimana ketika terbukanya peluang untuk menunjukkan dan memunculkan identitas Islam, maka syariah ini menjadi peluang bisnis, hal ini yang mendorong iklan sebagai ekspresi dari meningkatnya komoditas syariah, dimana iklan adalah refleksi daripada konsumsi syariah yang sedang menjadi trend.

---

<sup>8</sup> Greg Fealy, Sally White *Ibid.*, hlm. 164- 165.

Seperti yang diketahui bahwa iklan mempunyai nilai kredibilitas yang tinggi sebagai data dalam suatu rekonstruksi sejarah.<sup>9</sup> Sebagai sebuah medium, iklan adalah reliq yang dapat digunakan sebagai bukti rujukan bagi sejarawan. Oleh karena itu, melalui iklan dapat dipelajari sejarah peradaban suatu masyarakat dalam suatu kurun waktu tertentu. Selain itu, melalui hasil pengamatan terhadap iklan dapat mencerminkan suatu identitas, melalui pendekatan bahasa visual, iklan berperan sebagai elemen yang mampu merefleksikan jiwa semangat zamannya.<sup>10</sup> Banyaknya ekonomi Islam yang juga tumbuh dan berkembang pesat, salah satunya juga dengan maraknya iklan- iklan produk atau barang- barang Islami yang tersebar di media cetak salah satunya di majalah.

Penerbitan dan media Islam adalah sector lain dari ekonomi Islam yang dikategorikan sudah mapan hingga saat ini. Penerbitan yang beragam mulai dari yang murah, sensasional, majalah berbasis massa hingga majalah mengilap dengan kualitas kertas yang tinggi dan tebal, serta buku- buku mahal oleh intelektual- intelektual Muslim.<sup>11</sup> Iklan- iklan yang menawarkan barang- barang Islami pun ikut semarak menghiasi di seluruh jenis majalah, baik majalah yang dikategorikan majalah berbasis Islam maupun majalah umum.

---

<sup>9</sup> Gilbert J. A Garraghan. *Guide to Historical Method*. (New York : Fordham University Press, 1957), hlm. 252.

<sup>10</sup> Baskoro Suryo Banindoro. 2011. *Iklan Masa Kolonial 1930-1942, Sebuah Tinjauan Sosiohistoris*. Jurnal Dekave. 1(1), Januari 2011, hlm.6.

<sup>11</sup> Greg Fealy, Sally White. *Op. Cit.*, hlm. 21.

Untuk melihat trend iklan komoditas syariah sebagai ekspresi kebangkitan identitas Islam ini maka dipilihlah tiga majalah dengan tiga orientasi dan afiliasi yang berbeda-beda. *Pertama*, Majalah Sabili mewakili media dengan bernada konservatif dan Islamis, *kedua*, dikalangan majalah berita dan bisnis dipilihlah Majalah Tempo dan *ketiga*, untuk mewakili segmentasi perempuan dan anak dipilihlah Majalah Femina.

Ada beberapa alasan mengapa trend iklan produk Islami di media cetak ini layak untuk dikaji yaitu ketertarikan penulis terhadap topik ini sangat besar, belum adanya yang mengkaji secara khusus bagaimana iklan produk Islami di media cetak, ketersediaan sumber terkait topik ini serta rentan waktu yang cukup untuk menyelesaikan tulisan ini.

Untuk membatasi kajian maka terdapat dua hal, yaitu batasan *temporal* atau kurun waktu yang dipilih dari tahun 2000 ke 2005 adalah periode dimana awal Reformasi bergulir, seperti yang diketahui bahwa periode ini adalah awal dimulainya kebebasan dalam berpolitik, bersosial, dan berbudaya. Kemudian batasan *spasial*, yaitu penelitian pada ketiga majalah, Sabili, Tempo dan Femina mewakili majalah yang terbit pada waktu itu.

Berdasarkan uraian diatas tentang bangkitnya keislaman awal Reformasi pasca runtuhnya rezim Orde Baru yang berdampak pada meningkatnya komoditas syariah yang dilihat dari trend iklan produk

Islami di media cetak maka penulis terdorong untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul *Iklan Produk Islami dalam Media ; Studi Kasus dalam Majalah Sabili, Tempo dan Femina Tahun 2000-2005*.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya maka permasalahan yang diajukan adalah bagaimana iklan produk Islami dalam media; studi kasus dalam majalah Sabili, Tempo dan Femina tahun 2000-2005, permasalahan ini diuraikan dan dibatasi ke dalam dua pertanyaan penelitian yaitu:

1. Kondisi politik, sosial budaya, ekonomi berbasis Islam akhir Orde Baru dan Iklan Islami
2. Bagaimana iklan produk Islami di media cetak Sabili, Tempo dan Femina edisi 2000- 2005

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang penulis rencanakan ini mengenai iklan produk Islami dalam media cetak Sabili, Tempo dan Femina tahun 2000-2005, berdasarkan perumusan masalah diatas dengan pokok permasalahan yang akan diteliti bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana kondisi politik, sosial budaya, ekonomi berbasis Islam akhir Orde Baru dan Iklan Islami
2. Untuk mengetahui bagaimana iklan produk Islami di media cetak Sabili, Tempo dan Femina edisi 2000-2005

#### D. Kajian Pustaka

Sejarawan dalam melakukan sebuah penelitian sejarah biasanya tidak benar-benar berangkat dari nol. Topik-topik sejarah yang menjadi kajiannya biasanya akan dikenal oleh sejarawan terlebih dahulu lewat bacaan-bacaannya.<sup>12</sup> Tujuan dilakukannya tinjauan pustaka adalah untuk membuktikan aspek orisinalitas atas penelitian ilmiah yang akan dilakukan dan mempunyai alasan mengapa penelitian tentang obyek tersebut harus dilakukan.<sup>13</sup>

Melihat dari pemaparan diatas maka peneliti melakukan kajian pustaka terhadap penelitian terdahulu berupa buku, jurnal dan skripsi yang menjadi acuan dalam penelitian diantaranya adalah sebagai berikut :

Penelitian yang dilakukan oleh Ilham Rohman Ramadhan tahun 2015, adalah mahasiswa pendidikan sejarah Universitas Negeri Yogyakarta, dengan judul penelitiannya “Perkembangan Iklan Media Cetak dan Pengaruhnya Terhadap Modernisasi di Jawa (1930-1942).

Hasil temuan dalam penelitian skripsi ini adalah bahwa sejarah awal periklanan di pulau Jawa dimulai ketika terbitnya surat kabar *Bataviasche Nouvelles* pada tanggal 7 Agustus 1744, yang sebagian besar isinya berupa iklan perdagangan, pelelangan dan pengumuman- pengumuman resmi pemerintah VOC. Seiring dengan berjalannya waktu banyak bermunculan media cetak di Pulau Jawa, baik berupa surat kabar, majalah maupun jurnal. Perkembangan periklanan di Jawa ternyata berpengaruh kepada

---

<sup>12</sup> Helius Sjamsuddin. *Metodologi Sejarah*. (Yogyakarta: Ombak. 2007), hlm. 72.

<sup>13</sup> Nina Herlina Lubis. *Metode Sejarah*. (Jawa Barat: YMSI, 2007), hlm. 83.

masuknya modernisasi dalam berbagai bidang kehidupan sehari-hari penduduknya. Tetapi modernisasi ini bersifat tidak menyeluruh, karena hanya bisa dirasakan oleh kaum elit Jawa dan bangsawan.

Penelitian yang dilakukan oleh Stephanie Woro Narriswari pada tahun 2016, adalah mahasiswa ilmu sejarah, Universitas Sanata Dharma, dengan judul penelitiannya adalah “Sejarah Iklan Pembalut dalam Majalah Femina dan Gadis : Studi Citra Perempuan Periode 1977-2000”.

Hasil temuan dalam penelitian skripsi ini menunjukkan bahwa konstruksi terhadap perempuan pada periode 1977- 2000 mengalami pergeseran. Visualisasi, narasi, figure dan warna dalam halaman iklan pembalut terus mengalami perubahan yang bertujuan untuk melanggengkan kapitalisme. Hal ini memicu perempuan untuk bertindak konsumtif dan kehilangan kuasa atas tubuhnya. Pasalnya, dalam setiap penawarannya produsen pembalut memuat bentuk- bentuk ideal yang harus dimiliki oleh perempuan misalnya sosok pekerja keras, enerjik, berpendidikan dan cantik. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa iklan- iklan pembalut merupakan media dari kapitalisme untuk membentuk konstruksi terhadap perempuan, yaitu sebagai pembelanja dan obyek *fetish*.

Penelitian yang dilakukan oleh Muh. Syamsudin tahun 2010, adalah dosen fakultas ushuluddin UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dengan judul penelitian “Dinamika Islam Pada Masa Orde Baru”.

Hasil temuan dalam penelitian ini adalah penulis membagi tiga model gerakan Islam masa Soeharto. *Pertama* gerakan Islam partisan, sebagai akibat dari pola rasionalitas politik Soeharto yang mengarah pada arus deideologisasi demi pembangunan, beberapa partai Islam yang sebelumnya telah mengakar, terpaksa melepas asas Islamnya. Eksistensi gerakan ini berhasil bertahan karena bersedia tunduk terhadap otoritas politik Soeharto. *Kedua* gerakan Islam simbolik, gerakan ini muncul sebagai akibat perubahan kebijakan politik Soeharto yang dilatarbelakangi oleh kekhawatirannya terhadap ancaman ledakan revolusi Islam sebagaimana yang diperingatkan oleh Liem Sie Liong. *Ketiga* gerakan Islam kultural, arogansi gerakan politik Soeharto membuat gerah para komandan intelektual Muslim masa itu. Tokoh-tokoh Islam seperti Abdurrahman Wahid, Nurcholis Madjid, Amin Rais dkk, mencoba mengembangkan pola gerakan yang lebih bersifat diskursif. Melalui gerakan ini, pelan tapi pasti, generasi intelektual Muslim mulai bermunculan, bahkan dengan kepercayaan diri yang cukup tinggi, Abdurrahman Wahid dan Amin Rais berani melakukan konflik terbuka dengan Negara.

Penelitian yang dilakukan oleh Hasyim Nawawie, adalah staf di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Tulungagung. Dengan penelitian yang berjudul “Hukum Islam dalam Perspektif Sosial- Budaya di Era Reformasi”.

Hasil temuan dalam penelitian ini adalah bahwa hukum Islam di Indonesia telah mengalami perkembangan yang dinamis dan berkesinambungan, baik itu melalui saluran infrastruktur politik maupun suprastruktur seiring dengan realitas, tuntutan dan dukungan, serta kehendak bagi upaya transformasi hukum Islam ke dalam sistem hukum nasional. Bukti sejarah produk hukum Islam sejak masa penjajahan hingga masa kemerdekaan dan masa reformasi merupakan fakta yang tidak pernah dapat digugat kebenarannya.

Setelah membaca dan mengkaji hasil penelitian yang relevan dengan penelitian skripsi ini, yang menjadi temuan penting sehingga dapat dibedakan dengan penelitian sebelumnya adalah bahwa umat Islam akhir Orde Baru hingga awal Reformasi mengalami perkembangan yang cukup signifikan, bahkan dapat dikatakan sebagai fase bangkitnya umat Islam yang mendorong Islam memunculkan identitasnya dikhalayak. Hal ini berdampak pada kehidupan sehari-hari, Islam seakan merasuki seluruh kalangan Muslim, salah satunya dalam segi ekonomi yaitu gejala komoditas syariah dimana umat Islam merubah cara berpakaian dan mengkonsumsi barang-barang yang berbau *syar'i*. Produk-produk Islami mulai bervariasi dan kreatif, ini bisa dibuktikan dengan maraknya iklan-iklan produk islami mulai memasuki laman media cetak, salah satunya dalam media cetak Sabili, Tempo dan Femina yang terhitung sekitar edisi tahun 2000 hingga 2005.

### **E. Langkah- langkah Penelitian**

Penelitian sejarah adalah penelitian yang secara eksklusif memfokuskan kepada masa lalu. Penelitian ini mencoba merekonstruksikan apa yang telah terjadi di masa lalu selengkap dan seakurat mungkin, dan biasanya menjelaskan mengapa hal itu terjadi. Dalam mencari data dilakukan secara sistematis agar mampu menggambarkan, menjelaskan, dan memahami kegiatan atau peristiwa yang terjadi beberapa waktu yang lalu. Penulisan peristiwa masa lampau dalam bentuk peristiwa atau kisah sejarah yang dapat di pertanggungjawabkan secara ilmiah, harus melalui prosedur kerja sejarah. Pengisahan masa lampau tidak dapat dikerjakan tanpa ada sumber yang menyangkut masa lampau tersebut, sumber yang dimaksud adalah serupa data yang melalui proses analisis menjadi sebuah fakta atau keterangan yang otentik yang berhubungan dengan tema permasalahan, dalam ilmu sejarah dikenal sumber-sumber itu baik tertulis maupun tidak tertulis. Proses dalam penulisan laporan penelitian sejarah membutuhkan kreatifitas, imajinasi yang kuat, dan multirasio. Laporan tersebut hendaknya ditulis dengan gaya penulisan yang baik dan objektif.<sup>14</sup>

Dalam tahapan metode penelitian sejarah ada 4 tahap, yaitu tahapan heuristik, tahapan kritik, tahapan interpretasi, dan tahapan historiografi atau penulisan.<sup>15</sup> Ada beberapa tahapan yang dilakukan oleh para

---

<sup>14</sup> Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*, (Jakarta: PT. Bumi aksara, 2007), hlm. 6.

<sup>15</sup> Louis Gottschalk. *Mengerti Sejarah*. Jakarta: Universitas Indonesia (UI-Press, 1985), hlm. 32.

sejarawan untuk melakukan penelitian. Dan tahapan-tahapan tersebut adalah:<sup>16</sup>

### **1. Heuristik**

*Heuristik*, yaitu menghimpun jejak-jejak masa lampau; atau Heuristik adalah suatu tehnik, suatu seni, dan bukan suatu ilmu. Oleh Karena itu, heuristik tidak mempunyai peraturan-peraturan umum. Heuristik sering kali merupakan suatu keterampilan dalam menemukan, menangani, dan memperinci bibliografi atau mengklasifikasi dan merawat catatan-catatan.<sup>17</sup>

Tahapan heuristik ini adalah tahapan pertama. Pada tahapan ini penulis mencoba melacak atau mencari sumber yang memiliki kolerasi dengan judul penelitian. Pada tahap ini, kegiatan yang dilakukan adalah proses pencarian, pelacakan, dan pengumpulan sumber-sumber yang berkenaan dengan topik yang akan dibahas.

Tahapan ini penulis telah melakukan pencarian sumber-sumber yang memiliki relevansi dengan judul penulis baik dari buku, media cetak berupa majalah, jurnal, skripsi, dan artikel internet. Dalam proses pencarian sumber, penulis mencari dengan mendatangi Badan Perpustakaan dan Arsip Jawa Barat, Perpustakaan Salman ITB Bandung, Perpustakaan Al-Jabbar ITB Jatinangor, Pasar Buku Bekas Cicadas, Pasar Buku Bekas Dewi Sartika, Pasar Buku Palasari serta pencarian bahan

---

<sup>16</sup> Sulasman. *Metodologi penelitian Sejarah* (Bandung: Pustaka Setia. 2014), hlm. 75.

<sup>17</sup> Dudung Abdurrahman. *Metode Penelitian Sejarah*. (Jakarta: PT Logos Wacana Ilmu. 1999. Cetakan pertama) hlm. 55.

untuk melengkapi dalam bentuk buku dan bentuk online berupa jurnal, skripsi dan artikel.

Berikut adalah daftar sumber yang penulis dapatkan :

### 1) Sumber Primer

Karena kajian ini menggunakan media, maka sumber utamanya adalah 3 media cetak yaitu sebagai berikut :

#### a) Majalah Sabili Edisi tahun 2000 sampai 2005 :

- Sabili Edisi 15 November 2000
- Sabili Edisi 29 November 2000
- Sabili Edisi 13 Desember 2000
- Sabili Edisi 31 Januari 2001
- Sabili Edisi 25 April 2001
- Sabili Edisi 7 November 2001
- Sabili Edisi 19 Desember 2001
- Sabili Edisi 8 Februari 2002
- Sabili Edisi 21 Februari 2002
- Sabili Edisi 18 April 2002
- Sabili Edisi 16 Mei 2002
- Sabili Edisi 30 Mei 2002
- Sabili Edisi 13 Juni 2002
- Sabili Edisi 11 Juli 2002
- Sabili Edisi 25 Juli 2002

- Sabili Edisi 5 September 2002
- Sabili Edisi 2 Januari 2003
- Sabili Edisi 27 Febuari 2003
- Sabili Edisi 10 April 2003
- Sabili Edisi 24 April 2003
- Sabili Edisi 22 Mei 2003
- Sabili Edisi 5 Juni 2003
- Sabili Edisi 14 Agustus 2003
- Sabili Edisi 28 Agustus 2003
- Sabili Edisi 11 September 2003
- Sabili Edisi 25 September 2003
- Sabili Edisi 9 Oktober 2003
- Sabili Edisi 23 Oktober 2003
- Sabili Edisi 6 November 2003
- Sabili Edisi 4 Desember 2003
- Sabili Edisi 15 Januari 2004
- Sabili Edisi 30 Januari 2004
- Sabili Edisi 13 Febuari 2004
- Sabili Edisi 12 Maret 2004
- Sabili Edisi 16 Juli 2004
- Sabili Edisi 30 Juli 2004
- Sabili Edisi 13 Agustus 2004
- Sabili Edisi 10 September 2004

- Sabili Edisi 8 Oktober 2004
- Sabili Edisi 22 Oktober 2004
- Sabili Edisi 19 November 2004
- Sabili Edisi 17 Desember 2004
- Sabili Edisi 14 Januari 2005
- Sabili Edisi 28 Januari 2005
- Sabili Edisi 18 Februari 2005
- Sabili Edisi 2 Juni 2005
- Sabili Edisi 16 Juni 2005
- Sabili Edisi 14 Juli 2005
- Sabili Edisi 28 Juli 2005
- Sabili Edisi 11 Agustus 2005
- Sabili Edisi 8 September 2005
- Sabili Edisi 22 September 2005
- Sabili Edisi 6 Oktober 2005
- Sabili Edisi 20 Oktober 2005
- Sabili Edisi 3 November 2005
- Sabili Edisi 17 November 2005
- Sabili Edisi 29 Desember 2005

**b) Majalah Tempo Edisi tahun 2000 sampai 2005 :**

- Tempo Edisi Februari- Maret 2000
- Tempo Edisi 9 April 2000
- Tempo Edisi Februari- Maret 2001

- Tempo Edisi Oktober- Desember 2001
- Tempo Edisi 3 Juni- 25 Agustus 2002
- Tempo Edisi April- Juni 2002
- Tempo Edisi Desember 2002

**c) Majalah Femina Edisi tahun 2000 sampai 2005 :**

- Femina Edisi 22- 28 April 2001
- Femina Edisi 14- 20 Maret 2002
- Femina Edisi 22- 28 Agustus 2002
- Femina Edisi 3- 9 Oktober 2002
- Femina Edisi 17- 23 Oktober 2002
- Femina Edisi 24- 30 Oktober 2002
- Femina Edisi 7-13 November 2002
- Femina Edisi 27 Mei- 2 Juni 2004
- Femina Edisi 24- 30 Juni 2004
- Femina Edisi 15- 21 Juli 2004
- Femina Edisi 28 Oktober- 3 November 2004
- Femina Edisi 4- 10 November
- Femina Edisi 20- 26 Oktober 2005

**2) Sumber Sekunder**

Untuk memberikan gambaran terhadap penulisan, juga dibutuhkan sumber- sumber pendukung yang berupa :

- a. Buku

- Greg Fealy dan Sally White. 2012. *Ustadz Seleb, Bisnis Online & Fatwa Online; Ragam Ekspresi Islam Indonesia Kontemporer*. Depok : Komunitas Bambu.
- Baty Subakti. 2005. *Reka Reklame*. Yogyakarta : PT. Agromedia Pustaka.
- Effendy, Bachtiar. 1998. *Islam dan Negara : Transformasi Pemikiran dan Praktik Politik Islam*. Jakarta : Paramadina.
- Sudirman Teba. 1993. *Islam Orde Baru : Perubahan Politik dan Keagamaan*. Yogyakarta : PT. Tiara Wacana Yogya.
- Sudirman Teba. 2001. *Islam Pasca Orde Baru*. Yogyakarta : PT. Tiara Wacana Yogya.
- Azyumardi Azra. 1999. *Islam Reformis : Dinamika Intelektual dan Gerakan*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.

## 2. Kritik

Tahapan selanjutnya yaitu tahapan kritik. Pada tahapan ini adalah langkah yang dilakukan untuk menentukan otentisitas dan kredibilitas atas sumber yang didapatkan dengan kualifikasi atas bentuk, bahan dan jenis dari naskah atau dokumen yang nantinya menentukan bagaimana validitas teks dan isi dari data-data. Kritik sumber adalah suatu usaha menganalisa, memisahkan dan mencari suatu sumber untuk memperoleh keabsahan sumber yang dibutuhkan. Dalam hal ini, dilakukan penyeleksian apakah data tersebut akurat atau tidak, baik dari segi bentuk maupun isinya

sehingga dapat dipertanggungjawabkan.<sup>18</sup> Tahapan kritik ini dibagi menjadi dua yaitu kritik intern dan ekstern.

- **Kritik Ekstern**

Verifikasi pada penelitian sejarah identik dengan kritik sumber, yaitu kritik ekstern yang mencari otensitas atau keotentikan (keaslian) sumber.<sup>19</sup> Kritik ekstern yaitu digunakan untuk meneliti otentisitas sumber secara bentuk dengan menguji material kertas atau bahan, tanggal, dan tanda yang terdapat di dalam teks.<sup>20</sup>

Dalam penggunaan sumber untuk membuat penelitian skripsi ini penulis mencoba mencari sumber primer berupa majalah dan buku- buku yang relevan, adapun rinciannya sebagai berikut :

- 1) **Sumber Primer**

- Majalah Sabili Edisi tahun 2000 sampai 2005

Majalah Sabili ini diterbitkan peredisi sepanjang tahun 2000, 2001, 2003, 2004 dan 2005, keterangan kurun waktu tertera pada halaman cover depan. Majalah ini dalam keadaan utuh, baik gambar, tulisan hingga edjaan. Tetapi sumber ini bersifat turunan sebab hasil copy-an dari sumber asli.

- Majalah Tempo Edisi tahun 2000 sampai 2005

---

<sup>18</sup> Dudung Abdurahman, *Ibid.*, hlm. 11.

<sup>19</sup> Sugeng Priyadi. *Metode Penelitian Pendidikan Sejarah*. (Yogyakarta: Penerbit Ombak. 2012), hlm. 62.

<sup>20</sup> Kuntowijoyo. *Penjelasan Sejarah (Historical explanation)*. (Yogyakarta: Tiara Wacana. 2013), hlm. 77.

Majalah Tempo ini diterbitkan peredisi sepanjang tahun 2000, 2001, 2003, 2004 dan 2005, keterangan kurun waktu tertera pada halaman cover depan. Majalah ini dalam keadaan utuh, baik gambar, tulisan hingga edjaan. Tetapi sumber ini bersifat turunan sebab hasil copy-an dari sumber asli.

- Majalah Femina Edisi tahun 2000 sampai 2005

Majalah Femina ini diterbitkan peredisi sepanjang tahun 2000, 2001, 2003, 2004 dan 2005, keterangan kurun waktu tertera pada halaman cover depan. Majalah ini dalam keadaan utuh, baik gambar, tulisan hingga edjaan. Tetapi sumber ini bersifat turunan sebab hasil copy-an dari sumber asli.

## 2) Sumber Sekunder

- Greg Fealy dan Sally White. 2012. *Ustadz Seleb, Bisnis Online & Fatwa Online; Ragam Ekspresi Islam Indonesia Kontemporer*. Depok : Komunitas Bambu.

Buku ini ditulis oleh Greg Fally dan Sally White, hasil dari penelitian tahun 2008 yang dilakukan atas kerjasama Universitas Nasional Australia bekerjasama dengan proyek Indonesia, yang kemudian dibukukan dan diterbitkan di Indonesia pada tahun 2012 oleh penerbit Komunitas Bambu. Buku ini dalam keadaan utuh, baik huruf, edjaan maupun tulisan. Tetapi buku ini bersifat turunan sebab hasil copy-an dari yang asli.

- Baty Subakti. 2005. *Reka Reklame*. Yogyakarta : PT. Agromedia Pustaka.

Buku ini ditulis oleh Baty Subakti yang kemudian diterbitkan di Yogyakarta oleh penerbit PT. Agromedia Pustaka pada tahun 2005. Buku ini dalam keadaan utuh, baik huruf, edjaan maupun tulisan. Tetapi buku ini bersifat turunan sebab hasil copy-an dari yang asli.

- Bachtiar Effendy. 1998. *Islam dan Negara : Transformasi Pemikiran dan Praktik Politik Islam*. Jakarta : Paramadina.

Buku ini ditulis oleh Bachtiar Effendy yang kemudian diterbitkan di Jakarta oleh penerbit Paramadina pada tahun 1998. Buku ini dalam keadaan utuh, baik huruf, edjaan maupun tulisan. Buku ini berbentuk asli, bukan turunan.

- Sudirman Teba. 1993. *Islam Orde Baru : Perubahan Politik dan Keagaamaan*. Yogyakarta : PT. Tiara Wacana Yogya.

Buku ini ditulis oleh Sudirman Teba yang kemudian diterbitkan di Yogyakarta oleh penerbit PT. Tiara Wacana Yogya pada tahun 1993. Buku ini dalam keadaan utuh, baik huruf, edjaan maupun tulisan. Buku ini berbentuk asli, bukan turunan.

- Sudirman Tebba. 2001. *Islam Pasca Orde Baru*. Yogyakarta : PT. Tiara Wacana Yogya.

Buku ini ditulis oleh Sudirman Teba yang kemudian diterbitkan di Yogyakarta oleh penerbit PT. Tiara Wacana Yogya pada

tahun 2001. Buku ini dalam keadaan utuh, baik huruf, edjaan maupun tulisan. Buku ini berbentuk asli, bukan turunan.

- Azyumardi Azra. 1999. *Islam Reformis : Dinamika Intelektual dan Gerakan*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Buku ini ditulis oleh Azyumardi Azra yang kemudian diterbitkan di Jakarta oleh penerbit Raja Grafindo Persada pada tahun 1999. Buku ini dalam keadaan utuh, baik huruf, edjaan maupun tulisan. Tetapi buku ini bersifat turunan sebab hasil copy-an dari yang asli.

- **Kritik Intern**

Kritik intern merupakan proses menguji kredibilitas suatu sumber. Dalam kritik intern ini dilakukan 3 hal. Pertama, mengadakan penilaian intrinsik, yang berkaitan dengan kompeten tidaknya suatu sumber, keahlian dan kedekatan dari sumber atau saksi. Kedua, berkaitan dengan kemauan dari sumber untuk memberikan kesaksian dan menyampaikan kebenaran. Terakhir, koraborasi, yaitu pencarian sumber lain yang tidak memiliki keterkaitan dengan sumber utama untuk mendukung kebenaran akan sumber utama. Setelah data atau sumber di kritik dan telah melewati tahap koraborasi, maka data itu disebut dengan fakta sejarah. Namun apabila data atau sumber tidak bisa dilakukan koraborasi, artinya sumber

hanya berisi satu data saja, maka berlakulah prinsip *argumentum ex silentio*.<sup>21</sup>

### 1) Sumber Primer

- Majalah Sabili Edisi tahun 2000 sampai 2005

Majalah ini dipilih sebagai refleksi perwakilan dari majalah yang dikategorikan kedalam majalah Islami. Penelitian ini adalah terkait iklan- iklan produk Islami dalam majalah Sabili, maka yang diambil dari bagian majalah ini adalah kolom rubrik iklan Islami saja.

- Majalah Tempo Edisi tahun 2000 sampai 2005

Majalah ini dipilih sebagai pembanding dari majalah sebelumnya, sebab majalah ini dikategorikan sebagai perwakilan dari majalah bisnis dan umum. Penelitian ini adalah terkait iklan- iklan produk Islami dalam majalah Tempo, maka yang diambil dari bagian majalah ini adalah kolom rubrik iklan Islami saja.

- Majalah Femina Edisi tahun 2000 sampai 2005

Majalah ini dipilih sebagai pembanding dari kedua majalah sebelumnya, sebab majalah ini dikategorikan sebagai perwakilan dari majalah wanita karir. Penelitian ini adalah terkait iklan- iklan produk Islami dalam majalah Femina, maka

---

<sup>21</sup> Louis, Gottschalk. *Opcit* ,.hlm. 80.

yang diambil dari bagian majalah ini adalah kolom rubrik iklan Islami saja.

## 2) Sumber Sekunder

Untuk memberikan gambaran terhadap penulisan, juga dibutuhkan sumber- sumber pendukung yang berupa :

### b. Buku

- Greg Fealy dan Sally White. 2012. *Ustadz Seleb, Bisnis Online & Fatwa Online; Ragam Ekspresi Islam Indonesia Kontemporer*. Depok : Komunitas Bambu

Buku ini sebagian besar berisi tentang ragam ekspresi Islam yang terjadi di Indonesia pasca terjadinya kebebasan umat Islam yang dilakukan setelah runtuhnya rezim Orde Baru.

- Baty Subakti. 2005. *Reka Reklame*. Yogyakarta : PT. Agromedia Pustaka.

Buku ini berisikan sejarah perkembangan periklanan Indonesia. Sejak jaman Hindia Belanda hingga kini masa kontemporer.

- Effendy, Bachtiar. 1998. *Islam dan Negara : Transformasi Pemikiran dan Praktik Politik Islam*. Jakarta : Paramadina.

Buku ini berisikan bagaimana hubungan Islam dan Negara yang kemudian mentransformasikan umat Islam baik dari segi posisi maupun pemikiran.

- Sudirman Teba. 1993. *Islam Orde Baru : Perubahan Politik dan Keagamaan*. Yogyakarta : PT. Tiara Wacana Yogya.

Buku ini berisikan kondisi umat Islam ketika masa Orde Baru yang kemudian Islam mengalami perubahan dari segi politik maupun keagamaan.

- Tebba, Sudirman. 2001. *Islam Pasca Orde Baru*. Yogyakarta : PT. Tiara Wacana Yogya.

Buku ini berisikan kondisi umat Islam pasca runtuhnya Orde Baru dengan segala aspek kehidupannya.

- Azyumardi Azra. 1999. *Islam Reformis : Dinamika Intelektual dan Gerakan*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Buku ini berisikan dampak setelah runtuhnya rezim Orde Baru yang menyebabkan terjadi pola perubahan dinamika intelektual dan geraka.

### 3. Interpretasi

Pada tahap ini atau disebut dengan Interpretasi, bisa dilakukan dengan dua cara, yaitu sintesis dan analisis. Interpretasi sering disebut biangnya subjektivitas karena dalam proses ini masuk pemikiran-pemikiran penulis atas suatu fakta sejarah. Fakta-fakta tersebut kemudian dirangkai menjadi suatu rentetan tak terputus dari suatu peristiwa. Dalam penulisan sejarah subjektifitas itu diakui namun subjektifitas itu tetap harus dihindari.<sup>22</sup> Interpretasi merupakan sebuah tahapan yang cukup sulit karena penulis harus bersikap netral terhadap sumber yang ada. Oleh karena itu, penulis harus mengambil jarak dengan sumber agar tidak terlalu dekat dan

---

<sup>22</sup>Kuntowijoyo. *Opcit.*, hlm. 78.

menimbulkan bias. Dalam kedua cara tersebut ada berbagai jenis interpretasi, mulai dari interpretasi verbal, teknis, logis, psikologis, dan faktual.<sup>23</sup>

Berdasarkan penjelasan iklan produk Islami dalam media; studi kasus dalam majalah Sabili, Tempo dan Femina tahun 2000-2005 mengenai interpretasi yang dipaparkan diatas bahwa Islam menjelaskan bahwa dalam suatu urus niaga jual beli haruslah diasaskan dengan adanya kerelaan, baik dari pengeluar maupun pengguna sebagaimana firman Allah S.W.T pada surah An-Nisa: 29

“Wahai orang-orang yang beriman ! janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas asas suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”

Atas asas firman Allah S.W.T di atas, muncul beberapa konsep teori yang mengesankan keharusan adanya kerelaan dalam jual beli, tidak boleh ada yang mengandung unsur penipuan dan tidak boleh membahayakan diri sendiri dan orang lain.

Adapun Prinsip dan Kriteria Iklan Perspektif Islam :

1. Tauhid (menggunakan pakaian yang menutup aurat/pakaian yang berakhlak dan sopan)
2. Keadilan (tidak mencela, tidak mengandung unsur fitnah)

---

<sup>23</sup> Garraghan, Gilbert J, *Opcit.*, hlm. 321-337.

3. Amanah (kejujuran, tidak memuji berlebihan, memberikan jaminan)<sup>24</sup>

Kemudian dalam pengkategorian pun jenis dan barang yang akan diperjual belikan itu harus tergolong produk yang notabane nya adalah Islam atau produk Islami, menurut Greg Fealy dan Sally White dalam bukunya yang berjudul Ustadz Seleb, Bisnis Moral dan Fatwa Online: Ragam Ekspresi Islam Kontemporer mengatakan bahwa ukuran trend di dalam konsumsi Islam adalah tumbuhnya ekonomi Islam. Di tingkat yang paling dasar, ekonomi Islam biasanya didefinisikan berbagai kegiatan ekonomi yang dilaksanakan sesuai dengan hukum syariah. Ekonomi Islam tidak saja merupakan kegiatan ekonomi yang diikat oleh prinsip- prinsip syariah, tetapi ia juga melibatkan segala layanan dan produk yang teridentifikasi sebagai Islami.

Salah satu hal terpenting di dalam ekonomi Islam adalah sektor keuangan: perbankan, asuransi, perdagangan saham, keuangan mikro dan pegadaian. Di samping itu , ada banyak sekali bidang- bidang perdagangan lainnya yang dilaksanakan berdasar atas prinsip-prinsip syariah. Contoh wisata religi, kosmetik, pelayanan kesehatan dan obat-obatan, *multi-level marketing*. Selain itu, unsur- unsur lain dari ekonomi Islam yang mungkin sesuai atau tidak dengan syariah adalah penerbitan Islam, pendidikan, mode, layanan- layanan multimedia, ziarah- ziarah dan ceramah. Intinya, usaha apa saja yang berpromosi sebagai halal dan sesuai syariah bisa dianggap ke dalam kategori ekonomi Islam.

---

<sup>24</sup> Teuku Meldi Kusuma. 2012. *Prinsip dan Kriteria Periklanan dari Perspektif Islam*. Jurnal. Vol. 1. No.1. Januari- Juni, hlm. 70.

Misalnya dalam usaha- usaha di bidang ini, berbagai tipe produk Islami dan jasa dipertukarkan untuk keuntungan, ada banyak penceramah (dai) sukses yang memiliki perusahaan suvenirnya sendiri yang sering digabungkan dengan barang- barang eceran dan layanan operasi-operasi lainnya. Nilai pasar para dai ini berada pada otoritas dan daya tarik keagamaan. Mereka dapat meminta bayaran jutaan rupiah setiap kali ceramah, juga dapat memperoleh sejumlah pemasukan dengan mengatur acara pengasingan spiritual, program- program pendidikan, dan ziarah-ziarah. Kemudian sering menyokong produk- produk seperti pakaian, makanan dan buku- buku. Oleh sebab itu, berceramah bisa menjadi usaha besar dan karier seorang penceramah yang sukses membutuhkan manajemen yang professional dan serius.

#### **4. Historiografi**

Tahapan Historiografi merupakan tahapan berupa kegiatan penulisan hasil penafsiran atas fakta-fakta dan usaha merekonstruksi masa lampau untuk memberikan jawaban atas masalah-masalah yang telah dirumuskan setelah sumber yang ditemukan pada tahapan heuristik, kemudian melewati tahap kritik dan interpretasi. Dengan demikian historiografi adalah tahapan lanjutan dari interpretasi yang kemudian hasilnya dituliskan menjadi kisah yang menarik. Pada tahapan historiografi ini, hasil penafsiran atas fakta-fakta itu kita tuliskan menjadi suatu kisah sejarah yang selaras. Dengan demikian tahapan yang di atas telah disusun dengan sebaiknya. Dengan melihat tahapan-tahapan ini tidaklah

mengerankan apabila dikatakan bahwa kerja seorang sejarawan untuk menghasilkan sebuah hasil karya ilmiah yang bernilai historis.<sup>25</sup> Pada tahap penulisan (historiografi) peneliti menyajikan laporan hasil peneliti di awal hingga akhir, yang meliputi masalah-masalah yang harus dijawab. Penyajian historiografi meliputi (1) pengantar (2) hasil penelitian dan (3) simpulan.<sup>26</sup>

Dalam tahapan yang terakhir ini penulis mencoba mengaitkan fakta, data dan hasil interpretasi yang akan penulis susun untuk menjadi tulisan. Adapun rencana sistematika penulisannya sebagai berikut :

BAB I merupakan bagian pendahuluan yang terdiri dari: A. Latar Belakang Masalah, B. Rumusan Masalah, C. Tujuan Penulisan, D. Kajian Pustaka, E. Langkah-langkah Penelitian.

BAB II merupakan kondisi politik, sosial budaya, ekonomi berbasis Islam akhir Orde Baru dan iklan Islami terdiri dari : A. Kondisi Politik, Sosial Budaya dan Ekonomi Umat Islam pada tahun 1990-an, B. Kesadaran Identitas Ekonomi Islam, C. Iklan dan produk Islami.

BAB III merupakan iklan produk Islami di media cetak Sabili, Tempo dan Femina edisi 2000- 2005 terdiri dari : A. Majalah Sabili dan Iklan Produk Islami pada edisi 2000- 2005, B. Majalah Tempo dan Iklan produk Islami pada edisi 2000- 2005, C. Majalah Femina dan Iklan produk Islami pada edisi 2000- 2005.

---

<sup>25</sup> Nina Herlina Lubis. *Opcit.*, hlm. 55.

<sup>26</sup> Sugeng Priyadi. *Opcit.*, hlm. 79.

BAB IV merupakan bab penutup yang terdiri dari: A. Kesimpulan, B. Saran. Selanjutnya, dalam akhir penulisan dilengkapi dengan daftar sumber atau daftar pustaka.

