

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dakwah merupakan jalan menuju Islam, sebagaimana telah digambarkan dalam Al-Qur'an Surat Ali-Imran ayat 19 :

إِنَّ الدِّينَ عِنْدَ اللَّهِ الْإِسْلَامُ ۗ وَمَا اخْتَلَفَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ إِلَّا مِنْ بَعْدِ مَا جَاءَهُمْ

الْعِلْمُ بَغْيًا بَيْنَهُمْ ۗ وَمَنْ يَكْفُرْ بِآيَاتِ اللَّهِ فَإِنَّ اللَّهَ سَرِيعُ الْحِسَابِ ﴿١٩﴾

Artinya : Sesungguhnya agama (yang diridhai) disisi Allah hanyalah Islam. tiada berselisih orang-orang yang Telah diberi Al Kitab kecuali sesudah datang pengetahuan kepada mereka, Karena kedengkian (yang ada) di antara mereka. barangsiapa yang kafir terhadap ayat-ayat Allah Maka Sesungguhnya Allah sangat cepat hisab-Nya (Depag RI, 2005 : 53).

Dakwah merupakan jalan menuju Islam maksudnya adalah panggilan dari Allah SWT melalui Nabi Muhammad Saw untuk umat manusia agar menganut ajaran Islam (agama), dengan cara beriman dan bertaqwa kepada Allah SWT. Bersikap sesuai dengan garis-garis aqidah dan syariat serta akhlak islamiyah, Islam adalah agama yang mencakup dan mengatur segala aspek kehidupan manusia guna memperoleh ridha dari Allah SWT.

Dakwah sendiri berasal dari bahasa Arab, dari akar kata *da'a*, *yad'u*, *da'watan* yang secara bahasa bermakna seruan, panggilan atau undangan. Sedangkan secara istilah dakwah mengandung beberapa arti yang beraneka ragam diantaranya, dakwah diartikan menyeru manusia untuk melakukan kebaikan dan menuruti petunjuk agar sesuai dengan ajaran Allah dan

Rasul-Nya, serta meninggalkan perbuatan munkar supaya mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat. Selain itu dakwah dapat diartikan sebagai sebuah upaya mengingatkan manusia agar kembali mengingat dan melaksanakan 'ahd fitri di alam ruh (GEMMAR, 2005 : 9).

Kegiatan dakwah Islam seringkali dipahami, baik oleh masyarakat awam ataupun sebagian masyarakat terdidik, sebagai sebuah kegiatan yang sangat praktis, sama dengan tabligh (ceramah), yaitu suatu kegiatan penyampaian ajaran Islam secara lisan yang disampaikan oleh para kyai di atas mimbar. Kegiatan dakwah itu dilakukan terbatas hanya di majelis-majelis ta'lim, masjid-masjid dan mimbar-mimbar keagamaan. Mesti hal itu tidak sepenuhnya keliru, namun sangat penting untuk diluruskan, karena dakwah tidak hanya sebatas itu (Aep Kusnawan, 2004 : 7).

Sekarang ini, bentuk kegiatan dakwah sangat beragam. Sesuai jurusan yang diambil peneliti, maka peneliti akan mengambil kegiatan dakwah dalam bentuk tabligh. Tabligh secara bahasa adalah menyampaikan. Menurut istilah tabligh adalah bentuk dakwah dengan cara menyampaikan/penyebaluasan (transmisi) ajaran Islam melalui media mimbar atau media massa (baik elektronik atau cetak), dengan sasaran orang banyak atau khalayak. Sesuai pengertian tersebut, perkembangan dakwah tabligh bukan hanya sekedar khutbah di podium saja tetapi juga merambah ke dunia teknologi. Teknologi sebagai media informasi berkembang cepat seiring dengan canggihnya industri media informasi dan komunikasi, baik itu cetak maupun elektronik yang menawarkan berita dan sensasi. Dengan derasnya informasi, tentu manusia mengalami berbagai macam perubahan baik sosio kultural maupun struktural. Kondisi ini memungkinkan betapa pentingnya informasi dalam menanamkan pengetahuan pada peradaban manusia, agar tidak tertinggal dengan kemajuan zaman dan dapat memilah informasi yang baik dan berguna.

Media massa secara sadar mengembangkan nilai dan norma berdasarkan visi misi yang diembannya. Setidaknya ada empat fungsi media, yaitu memberi informasi, hiburan dan kontrol sosial, namun fungsi yang kurang disadari adalah fungsi transfer kebudayaan. Karena di era kebebasan pers, budaya dari luar daerah dapat dengan mudah masuk dan tak jarang terjadi asimilasi dengan budaya lokal (Djafar Asegaf, 1983 : 22).

Sebagai bagian dari media massa, media cetak memiliki karakteristik yang tidak dimiliki media lain, sifat yang menjadi kekuatan media cetak adalah kemampuannya untuk diulang-ulang, artinya pembaca dapat secara berulang-ulang membaca dalam waktu yang berbeda. Atau dalam kata lain audiens tidak terikat oleh waktu, pembaca dapat mengkaji sebuah berita setiap ada kesempatan (Ton Kertapati, 1982 : 4).

Pers merupakan penyebar informasi yang efektif dan efisien. Efektif karena daya persuasifnya yang mampu menembus daya pikir dan daya rasa para pembacanya, sedangkan efektif karena luas terpaannya yang dapat menjangkau berbagai tempat dan lapisan masyarakat (Asep Muhtadi, 2000 : 66).

Media adalah perantara atau pengantar pesan kepada audiens. Dengan memanfaatkan media untuk mencapai keberhasilan dakwah, pemilihan media yang tepat adalah suatu hal yang penting.

Pers sebagai bagian dari media massa merupakan bagian dari media cetak, selain media elektronik. Media cetak, terdiri dari surat kabar, majalah dan bulletin. Dalam penelitian ini, peneliti memilih majalah sebagai objek untuk diteliti. Sebab majalah merupakan salah satu bagian dari media cetak yang melakukan syiar atau tabligh dengan karakter yang sama dengan media cetak lain namun materi yang disajikan cukup lengkap. Maksudnya majalah tidak hanya terdiri dari 1 atau 2 materi saja seperti halnya buletin tetapi majalah dapat terdiri dari berbagai

macam materi yang dapat menjadi inspirasi bagi pembacanya, seperti majalah dakwah Islam *Al-Intima*.

Dakwah dengan tulisan melalui media cetak dapat memberikan warna baru bagi penyiaran Islam, yang biasanya dakwah selalu dikembangkan dengan budaya tutur yang cenderung menjadikan objek dakwah menjadi pendengar yang pasif, dalam hal ini dakwah melalui media memberikan tawaran yang lebih dimana audiens dapat menganalisis wacana dengan lebih jelas, karena terekam dalam media dan dapat memberikan opsi baik itu berupa kritik atau saran kepada redaksi melalui surat atau email. Dan bagi da'i sendiri merupakan peluang untuk mengembangkan diri dan mengambil peran aktif dalam bidang pers dan jurnalistik, baik terjun langsung atau bekerja sama dengan pers sehingga dapat mengarahkan lembaga pers dalam perspektif Islam agar tidak bertentangan dengan etika moral dan agama (Sutiman, 1991 : 10).

Untuk mendapatkan informasi dapat melalui bacaan, yang salah satunya bisa didapatkan dengan membeli majalah, surat kabar, tabloid dan sebagainya. Bagi sebagian masyarakat dengan membaca lebih memberikan keyakinan kepada dirinya karena ada proses intelektual dan interpretasi yang terjadi ketika membaca berita di media cetak.

Tulisan dan bacaan adalah media dakwah yang tidak kurang vitalnya dari angkatan mujahidin dan mubalighin yang bergerak setiap masa ke segala pelosok dunia, membuka hati masyarakat, merebut masyarakat dari genggaman dan belenggu paham diluar Islam. Materi yang tersusun dengan baik lebih mudah diingat dan dimengerti daripada materi yang tidak tersusun dengan tidak baik, sehingga perlu kiranya untuk diketahui mengenai kualitas materi-materi yang disampaikan oleh majalah dakwah Islam *Al-Intima*.

Dalam proses penyampaian tabligh dalam majalah, peneliti menggunakan paradigma Lasswell, bahwa dalam komunikasi terdapat lima unsur penting, yaitu: komunikator (penulis), pesan (materi), media (majalah), komunikan (pembaca) dan efek (respon).

Materi tabligh dan informasi tentang Islam yang dituliskan dapat dibaca oleh ratusan, ribuan bahkan ratusan ribu dan jutaan orang pembaca, maka objek dan cakupan tabligh bil-kitabah sebaiknya lebih banyak dan jangkauannya lebih luas.

Sehubungan dengan realisasi program tabligh melalui tulisan ini. Pembimbing CV Media Utama Indonesia, yang beralamat di Jl. Cilengkrang II No.48 Kel. Palasari Kec. Cibiru Bandung, telah menerbitkan sebuah majalah yang diberi nama majalah dakwah Islam *Al-Intima*. Menurut pemimpin umum CV. Media Utama Indonesia diterbitkannya majalah dakwah ini adalah kesadaran akan pentingnya melakukan *ri'ayah ma'nawiyah* (pemeliharaan/penjagaan spirit, semangat, mentalitas) dan *ri'ayah fikriyah* (pemeliharaan/penjagaan ideologi, gagasan) para kader dakwah 'Jama'ah Tarbiyah' yang kini tengah bergerak melakukan mobilitas vertikal dan mobilitas horizontal. Mobilitas vertikal adalah penyebaran kader dakwah ke berbagai lembaga yang menjadi *mashadirul qarar* (pusat-pusat kebijakan), agar mereka dapat mempengaruhi, merumuskan, menterjemahkan konsep dan nilai-nilai Islam ke dalam kebijakan-kebijakan publik. Sedangkan mobilitas horizontal adalah penyebaran aktivis dakwah ke berbagai kalangan dan lapisan masyarakat untuk menyiapkan masyarakat agar mereka menerima manhaj Islam serta produk kebijakan publik yang islami (Hasil Wawancara dengan Pemimpin Umum CV. Media Utama Indonesia).

Bagi kalangan pihak pengelola sendiri majalah dakwah Islam ini dianggap sebagai sarana syiar Islam serta sebagai media komunikasi dan informasi bagi para aktivis dakwah (da'i).

Majalah dakwah ini juga ditujukan untuk menjadi pendorong meningkatkan pemahaman dan pengamalan nilai-nilai ajaran Islam.

Al-Intima adalah majalah dakwah Islam yang berdiri di bawah naungan CV Media Utama Indonesia, Bandung, Indonesia, berupaya memantapkan prinsip-prinsip Islam, mengokohkan arti beragama yang sebenarnya kepada setiap pribadi dan keluarga, baik dalam ucapan maupun perbuatan, membina dengan cara yang benar sesuai dengan Alqur'an dan Assunah dalam hal aqidah, ibadah, ahlak, muamalah, ruhiyah, aqliyah dan jasmaniyah, sehingga lahir generasi baru yang memahami dan melaksanakan Islam secara baik.

Ada beberapa alasan yang perlu dikemukakan oleh penulis mengenai pengambilan majalah dakwah Islam *Al-Intima* khususnya rubrik “Harakatuna” ini sebagai objek penelitian, yang pertama, majalah merupakan media dakwah yang bersifat tulisan dan memiliki keunggulan diantaranya pembaca dapat secara berulang-ulang membaca dalam waktu yang berbeda. Atau dalam kata lain pembaca tidak terikat oleh waktu, pembaca dapat mengkaji sebuah informasi setiap ada kesempatan. Begitu pula dengan majalah remaja Islam Fitrah yang sudah menyebar luas disebagian kalangan remaja. Dengan demikian majalah dakwah Islam *Al-Intima* ini adalah sebagai media dakwah (tabligh) yang sangat efektif. Alasan yang kedua, dakwah Islam *Al-Intima* khususnya rubrik “Harakatuna” ini secara umum berbicara tentang keagamaan dan lebih banyak mengandung nasihat-nasihat dan pengetahuan tentang keislaman yang sangat dibutuhkan oleh kalangan masyarakat dan majalah ini sebagai media massa Islam. Alasan yang ketiga adalah materi-materi tabligh pada majalah dakwah Islam *Al-Intima* ditulis oleh penulis yang heterogen, yakni dari berbagai kalangan da'i dan ulama dan dikaji ulang oleh tim redaksi.

Permasalahan tersebut dapat dirumuskan dalam sebuah penelitian yang berjudul **“Analisis Materi Tabligh Dalam Majalah Dakwah Islam *Al-Intima* Rubrik "Harakatuna" (Analisis**

Isi Terhadap Majalah Dakwah Islam *Al-Intima* Edisi 38 bulan Mei 2013 s.d Edisi 47 bulan Pebruari 2014)”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas masalah dalam penelitian ini di rumuskan sebagai berikut :

- 1.2.1. Bagaimana organisasi materi-materi tabligh majalah dakwah Islam *Al-Intima* rubrik “Harakatuna”?
- 1.2.2. Bagaimana struktur materi-materi tabligh majalah dakwah Islam *Al-Intima* rubrik “Harakatuna”?
- 1.2.3. Bagaimana imbauan (*appeal*) materi-materi tabligh majalah dakwah Islam *Al-Intima* rubrik “Harakatuna”?

2.1. Tujuan Penelitian

Berdasar gambaran permasalahan di atas dapatlah dikemukakan bahwa tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1.3.1. Untuk mengetahui organisasi materi-materi tabligh majalah dakwah Islam *Al-Intima* khususnya rubrik “Harakatuna”.
- 1.3.2. Untuk mengetahui struktur materi-materi tabligh majalah dakwah Islam *Al-Intima* khususnya rubrik “Harakatuna”.
- 1.3.3. Untuk mengetahui imbauan (*appeal*) materi-materi tabligh majalah dakwah Islam *Al-*

Intima khususnya rubrik “Harakatuna”.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Penelitian ini, diharapkan dapat menjadi wacana dalam memperkaya khazanah dan pengembangan keilmuan tabligh melalui media cetak, Juga menjadi gambaran dan motivator untuk penelitian lebih lanjut dan lebih sempurna dalam upaya mengkaji lebih dalam.

1.4.2 Secara Praktis

Penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat bagi redaksi majalah dakwah Islam *Al-Intima'* rubrik "Harakatuna" sebagai masukan untuk meningkatkan *tabligh bil kitabah* nya, serta bermanfaat bagi khalayak pembaca agar mengetahui pentingnya meneliti dan menelaah sumber-sumber informasi sebagai salah satu sarana untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman keagamaan untuk diterapkan di dalam kehidupan sehari-hari.

1.5. Kerangka Pemikiran

Dakwah dapat diartikan sebagai usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan kepada perorangan manusia dan seluruh umat Islam tentang pandangan dan tujuan hidup di dunia ini. Dengan berbagai media dan cara yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengalamannya

dalam perikehidupan peorangan, perikehidupan rumah tangga, perikehidupan bermasyarakat dan perikehidupan bernegara, (Anshari, 1993: 179).

Dakwah yang efektif membutuhkan pendekatan yang berubah-ubah sesuai dengan kondisi sosial dan budaya masyarakat. Memahami arus mendasar dalam masyarakat tertentu merupakan modal dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah.

Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S. An-Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ
بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk (Depag Ri, 2005:).

Pengertian di atas menunjukkan karakteristik yang lebih spesifik dari dakwah, yakni mengajak kepada jalan Allah dan ini merupakan substansi dari dakwah. Pemahaman dakwah dari segi istilah ini menjadi pemahaman yang baku, ketika ada kata dakwah maka pemahamannya adalah dakwah Islam.

Adapun arti dakwah Islam adalah usaha mengajak umat manusia supaya masuk ke jalan Allah SWT secara menyeluruh baik dengan lisan maupun perbuatan sebagai ikhtisar muslim mewujudkan ajaran Islam menjadi kenyataan dalam kehidupan syahsiyah, usrahdan

ummah dalam semua segi kehidupan secara berjamaah (terorganisir) sehingga menjadi khoirul ummah (Amrullah Ahmad, 1983: 45).

Kegiatan dakwah Islam seringkali dipahami, baik oleh masyarakat awam ataupun sebagian masyarakat terdidik, sebagai sebuah kegiatan yang sangat praktis, yaitu suatu kegiatan penyampaian ajaran Islam secara lisan yang disampaikan oleh para kyai di atas mimbar (Aep Kusnawan, 2004 : 7).

Seiring berjalannya waktu, perkembangan dakwah dari bentuk kegiatan dakwahnya terdiri dari 4, yaitu tabligh (menyampaikan), irsyad (membimbing), tadbir (manajemen) dan tathwir (pengembangan). Sesuai jurusan yang diambil peneliti, yang dibahas disini yaitu kegiatan dakwah dalam bentuk tabligh. Tabligh secara bahasa adalah menyampaikan. Menurut istilah tabligh adalah bentuk dakwah dengan cara menyampaikan/penyebaluan (transmisi) ajaran Islam melalui media mimbar atau media massa (baik elektronik atau cetak), dengan sasaran orang banyak atau khalayak.

Salah satu cara tabligh yang dapat dilakukan adalah dengan melalui media tulisan atau tabligh bil kitabah. Allah telah mengisyaratkan secara tegas bahwa kekuatan tabligh bil kitabah adalah dengan mengajarkan ilmu kepada manusia melalui peraturan tulis-baca. Sehingga materi-materi dan penyampaian ayat-ayat Allah melalui tulisan adalah salah satu alternatif untuk berlangsungnya tabligh bil kitabah.

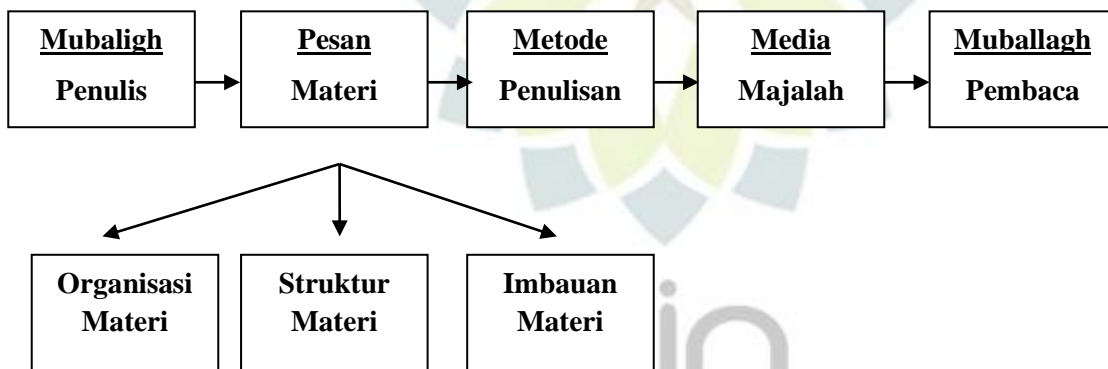
Bentuk suatu materi (pesan) merupakan faktor yang perlu diperhatikan. Pemberi materi akan menggunakan bahasa yang berbeda dalam komunikasi bergantung kepada sarana yang digunakan, jumlah dan jenis penerima materi. Bentuk materi memberikan maksud tersendiri melalui cara berkata. Tetapi ada pula yang menyampaikan materi dengan cara-cara lain selain bahasa, misalnya dengan isyarat dan termasuk kedalam bentuk nonverbal.

Beberapa macam teknik komunikasi atau bentuknya bisa menjadikan isi di dalam majalah atau media cetak menjadi lebih sistematis dalam menyampaikan manfaat dari isi majalah atau materi yang terkandung di dalam majalah tersebut.

Dalam hal ini majalah dakwah Islam *Al-Intima* khususnya rubrik “Harakatuna”, secara teoritis dalam penyajian materinya harus mengarah dan disesuaikan dengan komunikan. Sehingga tujuan komunikasi dapat tercapai. Untuk menarik pembaca supaya tidak jemu dan majalah tersebut digemari adalah dengan pengemasan dari segi isi tulisan atau materi tulisan.

Skema Kerangka Berpikir Paradigma Lasswell

(Analisis dilakukan pada Majalah Dakwah Islam *Al-Intima*)



Gambar 1

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi tersebut adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Pesan yang disampaikan komunikator komunikan terdiri atas isi dan lambang (Onong Uchjana Effendi, 2005:10).

Di dalam penelitian ini majalah dakwah Islam *Al-Intima* menjadi salah satu sorotan penelitian ini karena majalah mempunyai fungsi pers yang dimana menjadi media untuk mempengaruhi dan mendidik.

Seperti yang didefinisikan oleh McQuail dalam Apriadi Tamburaka (2012: 22), agenda-setting adalah sebuah proses yang mana terdapat perhatian relatif oleh media massa kepada suatu isu atau masalah di dalam peliputan berita, sehingga dapat mempengaruhi tingkat kesadaran dan pola pikir masyarakat tentang isu-isu yang ditekankan oleh media tersebut. Sebagai hasil dari adanya agenda media tersebut, maka akan memunculkan efek terhadap kebijakan-kebijakan publik.

Berdasarkan teori agenda-setting ini, dapat dipahami bahwa media memiliki kekuatan yang besar dalam memengaruhi khalayak. Yang menjadi ingatan khalayak adalah apa yang disajikan oleh media. Dampak dari agenda-setting media akan memberikan gambaran dari realitas yang ditekankan oleh media itu pada benak khalayak seperti apa yang telah dikonstruksikan media.

Agenda setting merupakan pemikiran yang menyatakan bahwa media tidak mengatakan apa-apa yang orang pikirkan tetapi apa yang harus dipikirkan. Agenda setting sebenarnya sudah ada sejak lama tanpa ada yang memperkeralkannya terlebih dahulu, namun sudah ada dipraktikkan oleh media massa khususnya media cetak seperti Koran atau majalah di era Penny Pers. Hal ini sejalan dengan teori agenda bahwa apa yang diagendakan media massa akan menjadi agenda khalayak. Majalah adalah salah satu media massa, maka apa yang diagendakan atau dibahas oleh majalah itulah yang akan menjadi topik hangat yang dibahas oleh mad'u majalah tersebut. Untuk menarik pembaca supaya tidak jemu dan majalah tersebut menjadi digemari adalah pengemasan dari segi isi tulisan atau pesan tulisan. Bagi pembaca, pesan yang tersusun dengan baik lebih mudah diingat dan dimengerti daripada pesan yang tidak tersusun dengan baik. Sehingga perlu kiranya untuk diketahui mengenai kualitas materi-materi yang disampaikan oleh majalah dakwah Islam *Al-Intima* rubrik "Harakatuna".

1.6. Langkah - Langkah Penelitian

1.6.1 Objek Penelitian

Objek analisis dalam penelitian ini adalah Majalah Dakwah Islam *Al-Intima* khususnya rubrik “Harakatuna” yang jumlahnya 10 edisi, yakni Edisi 39 bulan Mei 2013 s.d Edisi 48 bulan Pebruari 2014. Sebagai objek penelitian yakni selain sarat dengan materi tabligh juga dilihat dari keberadaannya majalah ini membeikan peranan yan sangat besar dalam memberikan manfaat kepada masyarakat, khususnya kepada para pembaca Majalah Dakwah Islam *Al-Intima*.

1.6.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi, analisis isi adalah mengungkapkan isi pesan, baik yang tersirat maupun tersurat dalam sebuah data dokumentasi dan juga mengungkapkan isi secara mendetail yang bertujuan untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk komunikasi seperti surat kabar, buku, puisi, pidato, buletin dan majalah, sehingga memperoleh gambaran mengenai keadaan yang diteliti.

Analisis ini digunakan untuk menganalisis pesan-pesan media massa secara mendetail untuk berbagai tujuan setelah media tersebut dipublikasikan.

Dilihat dari penjelasan di atas, peneliti memakai metode analisis ini untuk memfokuskan pada pendalaman dan penelaahan materi-materi Majalah Dakwah Islam *Al-Intima*, dengan cara mempelajari dan menganalisis materi-materi tabligh Majalah Dakwah Islam *Al-Intima'* rubrik “Harakatuna” Edisi 39 bulan Mei 2013 s.d Edisi 48 bulan Pebruari 2014.

1.6.3 Jenis dan Sumber Data

1.6.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif yaitu data yang mengarahkan pada pendalaman isi majalah tersebut. Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian merupakan penjelasan mengenai organisasi, struktur dan imbauan dari materi-materi tabligh dari majalah dakwah Islam *Al-Intima'* rubrik “Harakatuna.”

1.6.3.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek tempat data diperoleh (Dadang Kuswana, 2011: 129). Sumber data dapat berupa orang, buku, dokumen, gerak atau proses sesuatu, majalah dan lain sebagainya. Data-data dalam penelitian ini berasal dari berbagai sumber. Menurut Surakhmad (1990: 134), sumber data menurut sifatnya dapat digolongkan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

- Sumber Data Primer

Sumber data primer ini merupakan data utama yaitu tulisan-tulisan redaktur dalam majalah dakwah Islam *Al-Intima'* rubrik “Harakatuna”. Adapun banyaknya edisi yang menjadi data primer adalah sebanyak 10 edisi, yakni Edisi 39 bulan Mei 2013 s.d Edisi 48 bulan Pebruari 2014.

- Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah berbagai literatur berupa buku-buku yang berhubungan dengan teori-teori komunikasi maupun teori dakwah Islam serta berbagai dokumentasi mengenai majalah dakwah Islam *Al-Intima'* rubrik “Harakatuna.”

1.6.4 Penarikan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar dan peneliti tidak sanggup mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat mengambil sampel yang diambil dari populasi tersebut. Untuk itu, sampel yang diambil harus benar-benar mewakili (Sugionan:62) dalam menentukan sampel yang akan diambil dalam penelitian ini. Sampel majalah yang diambil yaitu Edisi 39 bulan Mei 2013 s.d Edisi 48 bulan Pebruari 2014.

1.6.5 Teknik Pengumpulan Data

1.6.5.1 Studi Kepustakaan

Teknik ini menggunakan berbagai media informasi dan rujukan yang terdapat dalam buku-buku, atikel dan media lainnya untuk menggali konsep dan teori-teori dasar yang diungkapkan oleh para ahli.

1.6.5.2 Wawancara

Wawancara ialah proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan informan atau subjek penelitian. Dengan kemajuan teknologi informasi seperti saat ini, wawancara bisa saja dilakukan tanpa tatap muka, yakni melalui media telekomunikasi. Pada hakikatnya wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian. Atau, merupakan proses pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang telah diperoleh lewat teknik yang lain sebelumnya. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara wawancara yaitu, dengan wawancara kepada pembimbing CV. Media Utama Indonesia selaku penanggung jawab dari majalah remaja Islam Fitrah dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang diperlukan.

1.6.6 Analisis Data

Analisis data adalah penyederhanaan data dalam bentuk lebih praktis untuk dibaca dan diinterpretasikan, yaitu diadakan pemisahan sesuai dengan masing-masing data, kemudian dianalisis dengan menguraikan, menjelaskan dan memberi interpretasi secukupnya sehingga data tersebut dapat diambil pengertian dan kesimpulan sebagai hasil penelitian. Analisis data ini akan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

- Mengumpulkan dan mengecek data dengan cara membuat tabel dan memasukkannya secara beruntun.
- Mendeskripsikan materi-materi tabligh dengan cara memaparkan isi materi yang terkandung dalam rubrik “Harakatuna” di majalah dakwah Islam *Al-Intima*.
- Menganalisis struktur, organisasi dan imbauan materi-materi tabligh pada majalah dakwah Islam *Al-Intima* dalam rubrik “Harakatuna”.
- Menafsirkan data-data yang telah diklarifikasikan.
- Menyimpulkan hasil analisa mengenai materi-materi tabligh pada majalah dakwah Islam *Al-Intima* rubrik “Harakatuna.”