

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Abad ini disebut dengan abad komunikasi massa. Komunikasi telah mencapai suatu tingkat dimana orang mampu berbicara dengan jutaan manusia secara serentak dan serempak. Abad ini juga merupakan gelombang peradaban ketiga yakni abad informasi, dimana manusia memiliki ketergantungan yang lebih tinggi terhadap informasi, sehingga kehidupan manusia mengalami perubahan yang lebih maju dalam berbagai aspeknya.

Di era informasi sekarang ini, peran dan fungsi media massa menjadi sangat penting sebagai sumber informasi utama. Media telah menjadi sumber dominan bukan saja bagi individu untuk mendapatkan gambaran dan citra realitas sosial, tapi juga bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif. Media menyuguhkan nilai-nilai dan penilaian normatif yang dibaurkan dengan berita dan hiburan (McQuail, 1987:3).

Pengaruh globalisasi serta kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi membuka peluang masuknya informasi secara mudah dari berbagai belahan dunia. Masyarakat tentu tak ingin ketinggalan dengan peristiwa-peristiwa aktual yang terjadi. Di sinilah peran media massa sebagai sumber informasi dirasa begitu penting. Media massa merupakan sarana penyampaian informasi bagi masyarakat. Namun demikian, manusia ternyata tidak hanya mencari

informasi untuk kebutuhan jasmani saja namun juga untuk mendapatkan informasi demi memuaskan kebutuhan rohani.

Laswell mengemukakan bahwa dalam prakteknya media massa melaksanakan empat fungsi, diantaranya : Pertama, media memberi kita informasi tentang lingkungan sekitar (*surveillance*). Kedua, media massa menjadi tempat pelarian kita untuk melepas ketegangan yang terus menerus dan dari masalah-masalah yang menghimpit serta sarana untuk melepas perasaan (*escapel diversion*). Ketiga, media merupakan sarana untuk menunjukkan kepribadian, meneliti realitas dan memperkuat nilai (identitas pribadi). Keempat, media memenuhi informasi yang berhubungan dengan lingkungan sosial kita atau lingkungan sosial yang lainnya. Berdasarkan berbagai fungsi yang ditawarkan media massa tersebut, menjadikan penggunaan media pada setiap individu berbeda-beda bergantung pada kebutuhan, minat dan motif yang melatar belakanginya.

Perkembangan media massa sebagai sarana informasi di Indonesia tidak terlepas dari jalannya pembangunan nasional di segala sektor kehidupan masyarakat. Kecenderungan misi media massa ditunjukkan untuk mendukung pembangunan, menempatkan media massa pada posisi terpenting dalam perumusan pola kebijakan pembangunan nasional, yaitu merupakan bagian dari kekuatan institusional dalam masyarakat.

Karakteristik dari komunikasi massa menurut Effendy (2005:22) ialah sebagai berikut :

- a. Komunikasi massa berlangsung satu arah, ini berarti tidak terdapat arus balik dari komunikan kepada komunikator.

- b. Komunikator pada komunikasi massa berlembaga, media massa sebagai saluran komunikasi massa merupakan lembaga, yakni suatu institusi atau organisasi.
- c. Pesan pada komunikasi massa bersifat umum (*public*) karena diperuntukan kepada umum mengenai kepentingan umum. Jadi tidak ditujukan kepada perseorangan atau kelompok orang tertentu.
- d. Media dalam komunikasi massa menimbulkan keserempakan, kemampuannya untuk menimbulkan keserempakan pada khalayak dalam menerima pesan-pesan yang disebarkan.

Sumber informasi yang dapat dijadikan sarana dalam pemenuhan kebutuhan diperoleh baik melalui televisi, radio, internet ataupun media cetak. Media cetak terbagi atas surat kabar dan majalah. Berbeda dengan surat kabar, majalah lebih terspesialisasi dengan konsumen tertentu. Konsumen pada majalah memiliki jumlah lebih sedikit, akan tetapi pasarnya lebih mengelompok (tersegmentasi). Majalah memiliki usia yang lebih panjang daripada surat kabar karena isi yang disajikan oleh majalah berbeda dan lebih menarik dibandingkan surat kabar yang menyajikan berita.

Majalah sebagai penyampaian dan penafsir pesan lebih dahulu melakukan jurnalisme interpretative ketimbang koran ataupun kantor-kantor berita. Bagi majalah, interpretasi justru menjadi sajian utama. Jika media siaran memberi perhatian pada suatu peristiwa, biasanya waktu dan perhatian untuk peristiwa lain akan berkurang.

Majalah seringkali sengaja meliput sesuatu yang diberikan oleh media siaran secara lebih panjang lebar. Seseorang yang tertarik untuk mengetahui lebih banyak oleh sesuatu yang diberikan televisi akan mencarinya di majalah. Sejak lama, aneka majalah sengaja menyajikan tinjauan atau analisis

terhadap suatu peristiwa secara mendalam, dan itulah hakikat interpretasi. Kecenderungan ini menguat sejalan dengan spesialisasi majalah.

Media massa cetak berbentuk surat kabar, tabloid, majalah, dan buletin, selain memiliki ciri-ciri komunikasi massa sebagai ciri umum, juga memiliki ciri-ciri khusus, yaitu : 1) daya tampungnya tinggi, memiliki peluang untuk menambah halaman, 2) daya dokumentasinya tinggi, mudah disimpan dan diperbanyak, dan 3) jaringan distribusinya terbatas, karena sifatnya literer (Gunadi, 1998, 67-70.).

Selama ratusan tahun, media cetak menjadi media yang mendominasi bagi penyebaran informasi. Pers cetak juga menjadi media mainstream di dunia bisnis informasi. Persaingan industri media massa saat ini semakin ketat. Surat kabar tak hanya bersaing dengan sesama surat kabar, tetapi juga dengan tabloid, majalah, radio, bahkan yang lebih berat lagi adalah dengan televisi dalam mendapatkan iklan dan menarik pembaca. Kompetisi kini makin ketat dengan maraknya industri media berbasis internet.

Dalam beberapa hal, pemberitaan secara online memiliki keunggulannya. Lebih cepat menyampaikan informasi, mudah diakses, praktis dan lebih murah. Kemajuan teknologi gadget memungkinkan orang mengakses internet secara mobile. Makin besarnya penetrasi internet mengubah perilaku masyarakat dalam mengkonsumsi media. Maraknya media sosial seperti facebook dan twitter membuat orang begitu mudah bertukar informasi dalam tempo cepat.

Para pengelola pers cetak mengakui tengah menghadapi tantangan berat untuk mempertahankan bisnisnya. Pers cetak tidak hanya menghadapi persaingan

sesama industri cetak, namun yang paling berat, menghadapi pesaing baru di pers multimedia dengan berbagai keunggulannya (Jurnal Strategi Pengembangan Produk Di Industri Media Cetak Di Indonesia -*Bertahan di Tengah Persaingan dengan Media Online*-Sholahuddin).

Dalam mengidentifikasi kemajuan teknologi era globalisasi, intinya adalah mendekatkan jarak antara pelanggan dan penerbit. Perusahaan penerbit pers harus sadar adanya implikasi dari kemajuan teknologi komunikasi dan *informasi*, penerbit surat kabar atau majalah pun harus secara sungguh-sungguh memenuhi selera konsumen melalui bentuk dan cara-cara kerja yang inovatif. Inovatif tersebut berupa sajian dalam bentuk yang beragam.

Jika pembahasan dipusatkan mengenai media massa (khususnya media cetak) yang Islami atau bahkan milik umat Islam, menjadi kesulitan tersendiri ketika *mendefinisikan* media massa umat Islam. Oleh karena itu, Rakhmat (1997 : 54) memberikan definisi tentang itu .

Pertama, definisi yang merujuk kepada media massa yang tingkat simbolik menggunakan nama Islam, atau menyatakan klasifikasi ini. Diantaranya Ummat, Panji Masyarakat, Amanah, Ummi, Tarbawi, Sabili dan lain-lain.

Kedua, media massa tersebut tidak menggunakan simbol-simbol, tetapi secara tersirat dipersepsikan orang bahwa media tersebut memikul misi keagamaan. Misalnya Republika, Kompas, dan lain-lain.

Ketiga, media massa yang tidak mengangkat lambang-lambang Islam, juga tidak secara implisit membawa misi Islam, tetapi media massa tersebut orang Islam berupaya memasukan gagasan-gagasan mereka.

Dalam memproduksi suatu penerbitan pers, masing-masing bidang (bidang *redaksional*, bidang cetak, dan bidang usaha) mempunyai tanggungjawab, peran serta tujuan yang sama. Oleh karena itu manajemen penerbitan pers harus mampu menciptakan, memelihara, dan menerapkan sistem kerja yang proporsional dalam

menumbuh-kembangkan rasa kebersamaan diantara sesama personil di sebuah organisasi atau perusahaan.

Menurut Suhandang (2007:12), ada empat prinsip utama dalam Manajemen Pers Dakwah, *Pertama*, proses kerjanya mengarah pada pencapaian tujuan *dakwah*. Adapun tujuan dakwah dimaksud adalah mengajak manusia berjalan di atas jalan Allah, mengambil ajaran Allah menjadi jalan hidupnya. *Kedua*, metode yang digunakan dalam upaya mencapai tujuan dakwah dimaksud adalah jurnalistik. Dalam proses dakwah yang merupakan proses komunikasi, maka salah satu metode yang bisa digunakan adalah metode komunikasi yang berbentuk jurnalistik. *Ketiga*, sesuai dengan inti dari manajemen yaitu organisasi, maka pencapaian tujuan dakwah harus berupa institusi atau lembaga (dalam bentuk jamaah). *Keempat*, menggunakan manajemen yang islami. Karena tujuan dakwah Islamiyah itu terwujudnya masyarakat Islami, maka jelas manajemennya pun harus bersifat Islami.

Kemampuan Manajemen memanfaatkan informasi dalam menjalankan fungsi-fungsinya yang akan turut menentukan berhasil atau tidaknya manajemen yang bersangkutan untuk meraih keberhasilan. Manajemen yang baik akan meningkatkan daya guna dan hasil semua potensi yang dimiliki.

Majalah Risalah Persatuan Islam merupakan majalah bernafaskan Islam yang termasuk pada kategori media massa yang secara gamblang mengangkat simbol dan tulisan Islam. Sebagai Lembaga Pers Dakwah, majalah Risalah haruslah mempunyai sistem manajemen pers dalam segala urusan redaksinya.

Sudah barang tentu Risalah pun tak terlepas dari persaingan antara media cetak lain, maupun dengan media online sekarang ini. Oleh karena itu, berdasarkan alasan dan uraian di atas maka penelitian ini diberi judul **“Manajemen Pers Dakwah dalam Meningkatkan Informasi Keislaman (Studi deskriptif di Majalah Risalah Persatuan Islam Bandung)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan kutipan di atas, ada empat prinsip utama dari manajemen pers dakwah, yang pertama, proses kerjanya mengarah pada pencapaian tujuan dakwah; kedua, menggunakan metode jurnalistik ; ketiga, dilakukan secara berjamaah (organisasi) ; keempat, menggunakan manajemen yang islami. Dengan demikian maka rumusan masalah yang di ambil adalah :

1. Bagaimana majalah Risalah mengembangkan proses kerjanya dalam pencapaian tujuan dakwah?
2. Bagaimana majalah risalah menggunakan jurnalistik dalam upaya mengembangkan dakwah ?
3. Bagaimana majalah risalah melakukan pengelolaan secara berjamaah (berkelompok) dalam pengembangan dakwah?
4. Bagaimana majalah Risalah menggunakan manajemen yang islami dalam mencapai tujuan dakwah?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin diperoleh dari penelitian ini ada dua, yaitu tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umumnya adalah mengetahui pesan yang dirumuskan dimedia cetak, dalam hal ini pesan-pesan dakwah yang terkandung dalam majalah Risalah. Terdapat beberapa tujuan yang ingin diketahui dari hasil penelitian ini, antara lain untuk mengetahui bagaimana:

- a. Majalah risalah dalam mencapai dan mengembangkan tujuan Dakwah Islam.
- b. Majalah risalah menggunakan jurnalistik sebagai upaya pengembangan dakwah.
- c. Majalah risalah mengelola secara berjamaah dalam pengembangan dakwah.
- d. Majalah risalah menggunakan manajemen yang islami dalam mencapai tujuan dakwah.

2. Kegunaan penelitian

- a. Kegunaan secara praktis, diharapkan hasil penelitian ini menjadi masukan bagi pengelola majalah Risalah dan berbagai pihak terlibat dalam proses penyiaran melalui media massa cetak.
- b. Sebagai sumbangsih keilmuan bagi civitas akademika di lingkungan UIN Sunan Gunung Djati Bandung, khususnya fakultas dakwah dan komunikasi, dan lebih khusus bagi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam bagi khasanah ilmiah pengkajian cara dakwah melalui media

massa cetak dalam hal ini majalah, baik untuk perbandingan maupun rujukan bagi penelitian sejenis.

D. Penelitian Terdahulu

Penelitian Juwairiyah, jurusan komunikasi dan penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2008 yang berjudul manajemen redaksional pada surat kabar harian radar kudus. Dalam penelitiannya tersebut dijelaskan mengenai proses manajemen, mengenai tahap perencanaan yang ada di bidang redaksional, tahap pengorganisasian manajemen redaksional dengan jabatan dan tugas masing-masing personil, tahap penggerakan merupakan tahap yang sangat penting dalam manajemen redaksional, tahap pengawasan dilakukan dalam bentuk pengarahan langsung terhadap wartawan saat naskah beritanya diedit oleh redaktur masih mengalami kekurangan data. Berdasarkan penjelasan tersebut, terdapat kelemahan pada manajemen redaksional surat kabar harian radar kudus, adalah menyangkut masalah sumber daya manusia yang jumlah personilnya masih minim, sehingga ada bagian tertentu yang menjadi tugas bidang redaksional.

Kedua, *Manajemen Penerbitan Lembar Jum'at Al-Rasikh* Universitas Islam Yogyakarta, oleh Nabilah pada tahun 2003. Penelitian ini menjelaskan bagaimana pelaksanaan manajemen penerbitan secara umum mulai dari manajemen bidang redaksi, bidang usaha, bidang produksi dan sebagainya dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah yang meliputi penerapan fungsi-fungsi manajemen yang dilakukan oleh lembaga Pembinaan dan Pengembangan Agama Islam UIN Yogyakarta melalui Lembar Jum'at Al-Rasikh serta kendala yang ditemui dalam penerapan fungsi-fungsi manajemen.

Ketiga, *Manajemen Redaksi Pers Islam (Study terhadap Majalah Muslimah)*, oleh Halimatus Sa'diyah pada tahun 2005. Penelitian ini membahas tentang manajemen redaksi yang dilakukan oleh Majalah Muslimah sebagai media dakwah remaja putri. Akan tetapi didalamnya mengungkap bahwa manajemen redaksi yang dilakukan Majalah Muslimah sebagai media dakwah mampu memberikan terobosan baru dalam pengelolaan penerbitan pers kepada pembaca. Hal ini dikarenakan posisi staff redaksi yang sesuai dengan bidangnya masing-masing. Penelitian ini juga membahas bagaimana menghasilkan analisa dan solusi yang tepat tentang beberapa hal yang menghambat proses manajemen redaksi majalah muslimah.

Keempat, *Pengelolaan Penerbitan Berkala Warta Pertamina Di Dinas Pertamina Pusat Jakarta*, oleh Dina Rachmawaty pada tahun 1998. Penelitian ini menjelaskan bagaimana staff redaksi, dalam hal ini karyawan Pertamina mengelola sebuah penerbitan berkala internal mulai dari perencanaan isi media hingga pengawasan serta berbagai kendala yang terjadi dalam proses pengelolaannya. Penelitian ini lebih membahas tentang manajemen penerbitan secara umum mulai dari bidang redaksi, produksi, dan usaha yang ada dalam penerbitan Berkala Warta Pertamina.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Linlin Nurlianti mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang berjudul *Dakwah di Radio REKS Garut 2004*. Penelitian tersebut menjelaskan masalah program-program dakwah agama yang diproduksi radio tersebut serta bentuk penyiaran dan pelaksanaan penyiaran dakwah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif.

Keenam, penelitian Muhammad Fuad Asrori dari Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2008 dengan judul *Manajemen Redaksi Surat Kabar Dwi Mingguan "Lentera" di Ngawi*. Permasalahan dalam penelitian ini adalah upaya peningkatan pengelolaan penerbitan pers daerah yang berkualitas, dapat dilakukan dengan menerapkan fungsi-fungsi manajemen, yaitu melalui perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, dan pengawasan. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini lebih menitik beratkan pada manajemen secara umum.

Adapun tabel untuk memudahkan dalam membandingkan penelitian terdahulu dengan yang akan dilakukan, adalah sebagai berikut :



Tabel 1

Perbandingan hasil penelitian

No	Nama	Judul Penelitian	Tujuan	Metode	Hasil	Relevansi	
						Persamaan	Perbedaan
1	Juwairiyah	Manajemen redaksional pada surat kabar harian Radar Kudus	Menganalisis proses manajemen dari surat kabar harian radar kudus	Deskriptif	Berdasarkan hasil penelitian, di surat kabar harian Radar Kudus SDM kurang, maka fungsi manajemen tidak berjalan sesuai dengan semestinya	(1) Fokus penelitan sama mengenai manajemen;(2) Metode yang digunakan sama menggunakan metode deskriptif	(1 Penelitian ini) dilakukan pada surat kabar harian; (2) penelitian ini hanya menitik beratkan pada manajemen redaksional
2	Nabila	Manajemen Penerbitan lembar jum'at Al-Rasikh Universitas Islam Yogyakarta	Mneganalisis pesan-pesan dakwah dalam setiap terbitan dan juga fungsi-fungsi manajemen	Analisis isi	Fungsi-fungsi manajemen dilakukan dengan baik oleh lembaga pembinaan dan pengembangan agama di kampus tersebut	(1) Fokus penelitan sama mengenai manajemen	(1) Saudari Nabila meneliti buletin; (2) Hanya manajemen penerbitan yang menjadi fokus penelitian; (3) Metode yang digunakan berbeda
3	Halimatus Sya'diyah	Manajemen redaksi pers Islam (study terhadap majalah Muslimah)	Meneliti dampak yang diberikan majalah untuk remaja putri	Deskriptif	Majalah Muslimah memberikan efek yang signifikan, karena kepengurusannya sesuai dengan keahliannya	(1) fokus penelitian sama dilakukan pada malaha;(2)Berke naan dengan manajemen; (3) Metode yang digunakan sama	(1) Majalah yang menjadi objek peneliti hanya sebatan remaja putri saja; (2) Terbatas pada manajemen redaksi

4	Dina Rachmawaty	Pengelolaan penerbitan berkala warta Pertamina di dinas Pertamina pusat, Jakarta	Meneliti mengenai manajemen penerbitan, bidang redaksi, produksi dan juga bidang usaha.	Deskriptif	Pada warta tersebut staf redaksi mengemban tugas dengan baik, sehingga proses manajemen berjalan dengan baik	(1) metode yang digunakan dalam penelitian ini sama menggunakan metode kualitatif deskriptif	(1) Penelitian ini meneliti warta (buletin) pada dinas Pertamina
5	Linlin Nurlianti	Dakwah di Radio REKS Garut 2004	Menganalisis pesan dari program-program dakwah yang terdapat pada Radio REKS Garut	Deskriptif	Program-program di Radio REKS terdapat Pesan dakwah khususnya pada tenggat waktu 2004	(1)Metode yang digunakan pada penelitian ini sama,	(1)Objek penelitian berbeda, karena penelitian ini objeknya adalah Radio, (2) Pesan-pesan dakwah menjadi fokus penelitian
6	Fuad Asrori	Manajemen Redaksi Surat Kabar Dwi Mingguan "Lentera" di Ngawi	Upaya peningkatan kualitas surat kabar dengan penerapan fungsi-fungsi manajemen	Deskriptif	Setiap fungsi-fungsi manajemen tidak berjalan dengan baik, hal tersebut dikarenakan kurangnya sumber daya manusia dan juga pengawasan	(1)Tujuan penelitian ini sama dengan yang akan dilakukan, (2) metode yang digunakan pada penelitian ini sama	(1)Objek pada penelitian ini adalah Surat kabar dan yang akan peneliti lakukan pada Majalah Bulanan
7	Muhamad Ikhsan F	Manajemen Pers dakwah dalam meningkatkan informasi Keislaman (Study deskriptif di majalah Risalah	Menganalisis peningkatan informasi keislaman dengan penerapan fungsi-fungsi manajemen pers dakwah	Deskriptif	—	—	—

E. Kerangka Berpikir

a. Kerangka Teori

Komunikasi adalah salah satu aktivitas yang sangat fundamental dalam kehidupan umat manusia. Istilah *komunikasi* atau dalam bahasa Inggris *Communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama*. Sama disini maksudnya adalah *sama makna*. Jadi, kalau dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam bentuk percakapan maka komunikasi akan terjadi atau berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dikpercakapkan. Kesamaan bahasa yang dipergunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Dengan lain perkataan, mengerti bahasanya saja belum tentu mengerti makna yang dibawakan oleh bahasa itu. Jelas bahwa percakapan kedua orang tadi dapat dikatakan *komunikatif* apabila kedua-duanya, selain mengerti bahasa yang dipergunakan, juga mengerti makna dari bahan yang dipercakapkan (Effendy, 2006:9).

Komunikasi mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (*noise*), terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik (Devito, 1997:23).

Berdasarkan dari definisi di atas, dapat dijabarkan bahwa komunikasi adalah proses di mana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang (biasanya lambang bahasa) kepada orang lain (komunikan) bukan hanya sekedar memberitahu, tetapi juga mempengaruhi seseorang atau sejumlah orang tersebut untuk melakukan tindakan tertentu (merubah perilaku orang lain).

Dalam melakukan komunikasi setiap individu berharap tujuan dari komunikasi itu sendiri dapat tercapai dan untuk mencapainya ada unsur-unsur yang harus di pahami, menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya yang berjudul *Dinamika Komunikasi*, bahwa dari berbagai pengertian komunikasi yang telah ada, tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang dicakup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Komponen atau unsur-unsur komunikasi adalah sebagai berikut:

- a. Komunikator (*communicator*)
- b. Pesan (*message*)
- c. Media (*media*)
- d. Komunikan (*communicant*)
- e. Efek (*effect*). (Effendy, 2002 : 6)

Menurut Effendy, 2006:15), Proses komunikasi pada intinya terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder.

- a. Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pesan dan atau perasaan kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang atau simbol berupa bahasa, kial, syarat, gambar, warna dan lain sebagainya, yang secara langsung mampu ”menerjemahkan” pikiran, perasaan komunikator kepada komunikan.
- b. Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua, setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Pada proses komunikasi secara primer, pikiran dan atau perasaan seseorang baru akan diketahui oleh dan akan ada dampaknya kepada orang lain apabila ditransmisikan dengan menggunakan media primer tersebut yaitu lambang-

lambang. Dengan demikian, pesan (*message*) yang disampaikan komunikator kepada komunikan terdiri dari isi (*content*) dan lambang-lambang (*symbol*).

Media primer atau lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa, karena hanya bahasa yang mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain, apakah itu berbentuk ide, informasi atau opini. Selain bahasa, gambar juga banyak digunakan dalam berkomunikasi, karena gambar melebihi kias, isyarat dan warna dalam hal "menerjemahkan" pikiran seseorang tetapi tetap tidak melebihi bahasa. Demi efektifnya komunikasi, lambang-lambang tersebut sering dipadukan penggunaannya.

Proses komunikasi sekunder merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus dimensi ruang dan waktu. Maka, dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus memperhitungkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang akan digunakan. Penentuan media yang akan dipergunakan perlu didasari pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju. Menurut Effendy (2006:23), pada proses komunikasi secara sekunder, media yang dipergunakan dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

- a. Media Massa (*Mass Media*), yakni tertuju kepada sejumlah orang yang relatif amat banyak.
- b. Media Nir-Massa atau Media Non Massa, yakni tertuju kepada satu orang atau sejumlah orang yang relatif sedikit .

Untuk membatasi tentang komunikasi massa dan setiap bentuk komunikasi massa memiliki ciri tersendiri. Istilah komunikasi massa sudah tidak asing lagi di dengar oleh masyarakat dan kebanyakan orang berpendapat bahwa komunikasi

massa adalah sesuatu yang berhubungan dengan surat kabar, radio, televisi atau film. Banyak pakar komunikasi yang mengartikan komunikasi massa dari berbagai sudut pandang, seperti halnya Effendy mengartikan komunikasi massa yaitu komunikasi melalui media massa modern, dan media massa ini adalah surat kabar, majalah, radio, film serta televisi.

Karena media itulah yang lazim digunakan dalam kegiatan komunikasi massa. Dengan kalimat yang lugas Bittner mengatakan, “*Mass Communication Is Messages Communicated Trough A Mass Medium To A Large Number Of People*”, (komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang) (Rahkmat, 2008 : 188).

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah salah satu bentuk penyampaian pesan dengan menggunakan media, dan si komunikator hanya menyampaikan pesan tanpa mengetahui siapa dan dari golongan mana pesan tersebut diterima. Tetapi tidak dapat dikatakan sebagai proses komunikasi massa. Ada kalanya proses komunikasi terjadi dengan menggunakan media massa tetapi tidak dapat dikatakan sebagai proses komunikasi massa.

Secara umum terdapat tiga efek tertentu dari komunikasi massa berdasarkan efek, yaitu :

- a. Efek kognitif, artinya pesan komunikasi massa mengakibatkan khalayak berubah dalam hal pengetahuan, pandangan, dan pendapat terhadap sesuatu yang diperolehnya.

- b. Efek afektif, artinya pesan komunikasi massa mengakibatkan berubahnya perasaan tertentu dari khalayak.
- c. Efek konatif, artinya akibat pesan komunikasi massa orang mengambil keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu.

Berdasarkan teori diatas, pesan yang dikemas dan dimuat dalam majalah risalah mempunyai dampak atau efek kognitif, afektif, dan konatif bagi para pembacanya. Dalam proses perubahan pembaca tampak bahwa semua in dapat berubah hanya jika stimulus atau pesan yang menerpa pembaca benar-benar melebihi semula dan dapat dipahami secara baik.

Banyak orang menganggap bahwa pers adalah wartawan. Anggapan ini benar jika wartawan diperlakukan sebagai bagian dari pers. Pengertian pers jika dilihat dari segi bisnis adalah suatu kelompok kerja yang terdiri dari berbagai komponen (wartawan, redaktur, tata letak, percetakan, sirkulasi, iklan, tata usaha, dan sebagainya), yang menghasilkan produk berupa media cetak .

Menurut Leksikon komunikasi (Djuroto, 2000:4), pers berarti :

- 1) Usaha percetakan atau penerbitan;
- 2) usaha pengumpulan dan penyiaran berita;
- 3) penyiaran berita melalui surat kabar, majalah, radio, dan televisi;
- 4) orang-orang yang bergerak dalam penyiaran berita;
- 5) medium penyiaran berita, yakni surat kabar, majalah, radio dan televisi.

Pers sebagai lembaga kemasyarakatan yang bergerak di bidang pengumpulan dan penyebaran informasi mempunyai misi ikut mencerdaskan masyarakat, menegakkan keadilan dan memberantas kebatilan . Selama melaksanakan

tugasnya, pers terkait erat dengan tata nilai sosial yang berlaku dalam masyarakat (Djuroto, 2000:8).

Tata nilai sosial dalam masyarakat akan selalu mengalami perubahan seiring dengan perubahan zaman. Pers dalam kapasitasnya sebagai inovator harus tetap mempunyai pola pikir dan pola kerja yang berdasarkan pada nilai-nilai kekeluargaan, kebersamaan dan gotong-royong antar sesama anggota masyarakat.

Pers seperti yang sudah dikemukakan, merupakan suatu lembaga kemasyarakatan yang khusus kegiatannya melayani dan mengatur kebutuhan hati nurani manusia selaku makhluk sosial dalam kehidupannya sehari-hari. Sedangkan kegiatan melayani dan mengatur segala kebutuhan hati nurani manusia tiada lain adalah kegiatan jurnalistik. Dengan demikian pers dimaksud adalah suatu lembaga kemasyarakatan yang dalam proses manajemennya selalu menggunakan metode komunikasi yang disebut jurnalistik. Adapun antara kebutuhan hati nurani manusia itu terdapat kebutuhan ruhani di bidang agama (antara lain agama Islam). Karena itu di antara pers yang berkiprah dengan menggunakan kegiatan jurnalistik itu mesti ada yang menggunakan kegiatan jurnalistiknya untuk mencapai tujuan dakwah di samping tujuan lainnya yang menjadi hajat hidup khalayak (Suhandang, 2007 : 25).

Manajemen merupakan kemampuan atau keterampilan untuk memperoleh sesuatu hasil dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan orang lain. Proses ini berpusat pada penggunaan secara efektif dan efisien terhadap sumber daya yang terbatas (Siagian, 2006:5).

Manajemen merupakan suatu proses kegiatan untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan dengan melalui kerja sama orang-orang beserta fasilitas yang diperlukannya. Organisasi merupakan alat manajemen sedangkan aktifitasnya yang mewarnai seluruh proses pencapaian tujuan adalah fungsi-fungsi manajemen. Bahkan Terry menyebutkan melalui rumusnya yang terkenal mengenai manajemen yaitu POAC (*planning, organizing, actuating, and controlling*) (Suhandang, 2007:44).

Manajemen penyiaran adalah manajemen yang diterapkan dalam organisasi penyiaran, yaitu organisasi yang mengelola siaran. Ini berarti, manajemen penyiaran sebagai motor penggerak organisasi penyiaran dalam usaha pencapaian tujuan bersama melalui penyelenggaraan siaran. Manajemen adalah suatu proses yang terdiri dari rangkaian kegiatan, seperti perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian atau pengawasan. Proses tersebut dilakukan untuk menentukan dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumberdaya manusia dan sumberdaya lainnya.

Dalam teori manajemen pers bidang redaksional merupakan jantung sebuah media massa. Adapun definisi manajemen redaksional adalah proses pengelolaan materi pemberitaan melalui tahapan, perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengawasan, yang mencakup proses peliputan, penulisan, sampai pada penyuntingan (*editing*).

Didasarkan kepada pengertian tersebut, maka dapat diketahui bahwa prinsip dari pers (media cetak) yaitu, *pertama*, proses kerjanya mengarah pada pencapaian tujuan dakwah. Kedua, metode yang digunakan dalam upaya

mencapai tujuan dakwah dimaksud adalah jurnalistik. Dakwah merupakan proses komunikasi, maka salah satu metode yang bisa digunakan adalah metode komunikasi yang berbentuk jurnalistik. *Ketiga*, sesuai dengan inti dari manajemen yaitu organisasi, maka pelaku pencapaian tujuan dakwah harus berupa institusi atau lembaga tertentu. *Keempat*, menggunakan manajemen yang Islami (Suhandang, 2007:14).

b. Kerangka Konseptual

Mirip dengan media cetak lainnya, majalah tampil lebih berisikan pengetahuan dari pada hal-hal yang menyangkut selera dan perasaan dari komunikannya. Media ini bukan sarana yang dibaca selintas saja seperti media aktual (*broadcast media*), tidak juga membutuhkan perhatian pada waktu tertentu, media ini tidak dengan segera dapat di kesampingkan seperti koran, majalah dapat disimpan oleh pembaca selama berminggu-minggu, berbulan-bulan, kadang-kadang bertahun-tahun.

Dalam istilah asing, majalah disebut *The Printed Page*, yang artinya segala barang yang dicetak, yang ditujukan untuk menyalurkan komunikasi massa. Menurut Emery dkk (1967:62-65) majalah adalah media opini. Jadi dalam sebuah majalah pun terdapat tulisan-tulisan mengenai opini atau pendapat-pendapat, pandangan-pandangan seseorang mengenai sesuatu yang tentunya berkaitan dengan masalah-masalah yang terjadi di masyarakat.

Proses manajemen pers dakwah tentunya merupakan organisasi manajemen yang mengemban tugas untuk mencapai tujuannya akan ditemukan beberapa bentuk pers dakwah, yaitu pers memiliki misi dakwah, lembaga dakwah yang

khusus menggunakan jurnalistik dalam mencapai tujuannya, lembaga dakwah yang menggunakan jurnalistik di samping metode lain.

1) Informasi Keislaman

Secara Etimologi, kata informasi ini berasal dari bahasa Prancis Kuno *informacion* (tahun 1387) mengambil istilah dari bahasa Latin yaitu *informationen* yang berarti “konsep, ide atau garis besar”. Informasi ini merupakan kata benda dari *informe* yang berarti aktivitas dalam pengetahuan yang dikomunikasikan.

Kadir (2002: 31) mendefinisikan informasi sebagai data yang telah diproses sedemikian rupa sehingga meningkatkan pengetahuan seseorang yang menggunakan data tersebut. Informasi diartikan sebagai hasil pengolahan data yang digunakan untuk suatu keperluan, sehingga penerimanya akan mendapat rangsangan untuk melakukan tindakan. Pengertian informasi dan data berlaku sangat relative tergantung pada posisinya terhadap lingkup permasalahannya. Jenis-jenis informasi dapat dipandang dari 3 segi yaitu manajerial, sumber dan rutinitasnya.

Menurut Kadir (2002, 50), dari segi manajerialnya informasi dibagi tiga jenis:

1. informasi strategis
2. informasi taktis
3. informasi operasional

Informasi strategis adalah informasi yang digunakan untuk kegiatan manajerial tingkat atas (top manajemen) dan umumnya mempunyai daya jangkau untuk waktu 5 sampai 15 tahun bahkan mungkin 75 tahun. Informasi taktis

digunakan untuk manajerial tingkat menengah (middle manajemen) pada umumnya dengan daya jangkau satu tahun. Sedangkan informasi operasional adalah informasi yang digunakan oleh kegiatan manajerial tingkat bawah (low manajerial) dan pada umumnya mempunyai daya jangkau dalam hitungan beberapa hari.

Informasi dilihat dari sumbernya dibagi menjadi dua jenis: internal dan eksternal. Informasi internal adalah informasi yang menggambarkan keadaan (*profile*), dan informasi eksternal adalah informasi yang menggambarkan ada tidaknya perubahan di luar organisasi itu. Informasi eksternal lebih banyak digunakan oleh kegiatan manajerial tingkat atas. Jenis informasi dibagi menjadi informasi insidental dan rutin. Informasi rutin digunakan secara periodik terjadwal dan digunakan untuk penanggulangan masalah-maslaah rutin. Infomasi insidental diperlukan untuk penanggulangan masalah-masalah khusus.

Sistem Informasi secara teknis dapat didefinisikan sebagai sekumpulan komponen yang saling berhubungan, mengumpulkan atau mendapatkan, memproses, menyimpan, dan mendistribusikan informasi untuk menunjang pengambilan keputusan dan pengawasan dalam suatu organisasi. Selain menunjang proses pengambilan keputusan, koordinasi, dan pengawasan, sistem informasi juga dapat membantu manajer dan karyawan menganalisis permasalahan, menggambarkan hal-hal yang rumit, dan menciptakan produk baru.

Islam adalah berserah diri kepada Allah dengan tauhid dan tunduk kepada-Nya dengan taat dan berlepas diri dari perbuatan syirik dan pelakunya. Barangsiapa yang berserah diri kepada Allah saja, maka dia

adalah seorang muslim. Dan barangsiapa yang berserah diri kepada Allah dan yang lainnya, maka dia adalah seorang musyrik. Dan barangsiapa yang tidak berserah diri kepada Allah, maka dia seorang kafir yang sombong.

Luasnya materi ajaran agama Islam haruslah dipahami oleh seorang mukmin yang ingin mengamalkan ajaran Islam secara kaffah, akan tetapi dari kesemuanya itu yang juga penting untuk diketahui adalah pemahaman tentang nilai-nilai atau unsur-unsur yang terkandung dalam agama Islam.

Ketaatan kepada kekuasaan Allah SWT yang mutlak itu mengandung makna sebagai penyerahan diri secara total kepadanya. Dan bila manusia telah bersikap menghambakan diri sepenuhnya kepada Allah, berarti ia telah berada dalam dimensi kehidupan yang dapat mensejahterakan kehidupan didunia dan membahagiakan kehidupan di akhirat.

Adapun dimensi kehidupan yang mengandung nilai-nilai ideal Islam menurut Arifin, (1993:120), dapat dikategorikan kedalam tiga kategori, yaitu:

1. Dimensi yang mengandung nilai yang meningkatkan kesejahteraan hidup manusia didunia.
2. Dimensi yang mengandung nilai yang mendorong manusia untuk meraih kehidupan di akhirat yang membahagiakan.
3. Dimensi yang mengandung nilai yang dapat memadukan antara kepentingan hidup duniawi dan ukhrawi.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa informasi keislaman merupakan data yang telah di proses sedemikian rupa sehingga meningkatkan pengetahuan seseorang mengenai segala sesuatu yang bertalian dengan agama Islam.

c. Kerangka Operasional

Untuk memudahkan dalam memahami isi dari kerangka teori dan kerangka konseptual, maka disusunlah tabel sebagai berikut :

No	Kerangka Teori	Kerangka Konseptual
1	Komunikasi adalah salah satu aktivitas yang sangat fundamental dalam kehidupan umat manusia. Komunikasi mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (<i>noise</i>), terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik (Devito, 1997:23).	Dalam istilah asing, majalah disebut <i>The Printed Page</i> , yang artinya segala barang yang dicetak, yang ditujukan untuk menyalurkan komunikasi massa. Menurut Emery dkk (1967:62-65) majalah adalah media opini.
2	Komponen atau unsur-unsur komunikasi adalah sebagai berikut: f. Komunikator (<i>communicator</i>) g. Pesan (<i>message</i>) h. Media (<i>media</i>) i. Komunikan (<i>communicant</i>) j. Efek (<i>effect</i>).	Proses manajemen pers dakwah tentunya merupakan organisasi manajemen yang mengemban tugas untuk mencapai tujuannya akan ditemukan beberapa bentuk pers dakwah, yaitu pers memiliki misi dakwah, lembaga dakwah yang khusus menggunakan jurnalistik dalam mencapai tujuannya, lembaga dakwah yang menggunakan jurnalistik di samping metode lain.
3	Menurut Effendy, 2006:15), Proses komunikasi pada intinya terbagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder. Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pesan dan atau perasaan kepada orang lain dengan menggunakan lambang (<i>symbol</i>) sebagai media. Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua, setelah memakai	Islam adalah berserah diri kepada Allah dengan tauhid dan tunduk kepada-Nya dengan taat dan berlepas diri dari perbuatan syirik dan pelakunya. Ketaatan kepada kekuasaan Allah SWT yang mutlak itu mengandung makna sebagai penyerahan diri secara total kepadanya. Dan bila manusia telah bersikap menghambakan diri sepenuhnya kepada Allah, berarti ia telah berada dalam dimensi kehidupan yang dapat

	lambang sebagai media pertama.	mensejahterakan kehidupan didunia dan membahagiakan kehidupan di akhirat.
4	<p>Menurut Effendy (2006:23). , pada proses komunikasi secara sekunder, media yang dipergunakan dapat diklasifikasikan sebagai berikut :</p> <p>c. Media Massa (<i>Mass Media</i>), yakni tertuju kepada sejumlah orang yang relatif amat banyak.</p> <p>d. Media Nir-Massa atau Media Non Massa, yakni tertuju kepada satu orang atau sejumlah orang yang relatif sedikit .</p>	<p>Dimensi kehidupan yang mengandung nilai-nilai ideal Islam menurut Arifin, (1993:120), dapat dikategorikan kedalam tiga kategori, yaitu:</p> <p>4. Dimensi yang mengandung nilai yang meningkatkan kesejahteraan hidup manusia didunia.</p> <p>5. Dimensi yang mengandung nilai yang mendorong manusia untuk meraih kehidupan di akhirat yang membahagiakan.</p> <p>6. Dimensi yang mengandung nilai yang dapat memadukan antara kepentingan hidup duniawi dan ukhrawi.</p>
5	Secara umum terdapat tiga efek tertentu dari komunikasi massa berdasarkan efek, yaitu : Efek kognitif, Efek afektif, Efek konatif.	
6	Pers sebagai lembaga kemasyarakatan yang bergerak di bidang pengumpulan dan penyebaran informasi mempunyai misi ikut mencerdaskan masyarakat, menegakkan keadilan dan memberantas kebatilan .	
7	Manajemen penyiaran adalah manajemen yang diterapkan dalam organisasi penyiaran, yaitu organisasi yang mengelola siaran. Ini berarti, manajemen penyiaran sebagai motor penggerak organisasi penyiaran dalam usaha pencapaian tujuan bersama melalui penyelenggaraan siaran.	

F. Langkah-langkah Penelitian

Dalam suatu penelitian adanya kegiatan atau langkah-langkah, adapun langkah-langkahnya yaitu sebagai berikut :

1. Metode Penelitian

Penelitian ini mengacu pada penelitian jenis kualitatif, yaitu sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari individu atau kelompok yang perilakunya diamati.

Sedangkan ditinjau dari sifatnya, penelitian ini termasuk penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan menggambarkan secara sistematis dan akurat, fakta dan karakteristik, mengenai populasi atau bidang tertentu.

Penggunaan metode deskriptif pada penelitian ini karena mengamati fenomena bahwa dengan berkembangnya zaman dan persaingan di media massa saat ini semakin sulit, akan tetapi majalah risalah tetap hadir di tengah-tengah zaman tersebut. Dengan penggunaan metode penelitian tersebut, diharapkan bisa dengan akurat menggambarkan/mendeskripsikan dari hasil manajemen pers dakwah.

2. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini meliputi :

- a. Data tentang majalah risalah, yaitu seputar proses manajemen pers pada majalah Risalah.
- b. Data tentang metode pengembangan dakwah yang dilakukan oleh majalah risalah.

- c. Data tentang peningkatan kualitas informasi keislaman yang dilakukan oleh majalah Risalah bagi pembacanya.

3. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini meliputi data *primer* dan data *sekunder* sebagai berikut :

- a. Untuk data *primer*, dapat dihasilkan dari hasil observasi dan wawancara terhadap informan dan pengelola majalah Risalah..
- b. Untuk data *sekunder* dalam penelitian ini, dapat dihasilkan dari beberapa literatur yang ada, baik buku, dokumentasi dan lain-lain.

4. Teknik Pengumpulan Data

Beberapa teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Observasi

Observasi ialah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti, dapat dilakukan secara langsung atau tidak langsung. Karena diperlukan ketelitian dan kecermatan, dalam praktiknya observasi membutuhkan sejumlah alat, seperti daftar catatan dan alat-alat perekam elektronik ; tape recorder, tustel, kamera, dan sebagainya sesuai dengan kebutuhan. Secara umum observasi dapat dilakukan dengan partisipasi berarti ikut serta menjadi peserta dalam kegiatan. Dalam hal ini dilakukan pengamatan terhadap proses kegiatan yang dilakukan oleh tim redaksi majalah Risalah dan mengamati fasilitas yang ada di majalah risalah.

Dengan dilakukan observasi tersebut diharapkan data yang dibutuhkan sesuai dengan yang terjadi di lapangan. Observasi ini tentunya dilakukan di redaksi majalah risalah yang terletak di Jl. Siti Munigar Hassan 2 Bandung (40242), dan dilakukan observasi selama 2 minggu.

b. Wawancara

Wawancara atau interviu (*interview*) merupakan salah satu bentuk teknik pengumpulan data yang dilakukan secara lisan dalam pertemuan tatap muka secara individual (Syaodih, 2013: 216). Teknik ini dilakukan agar mendapat data yang akurat untuk keperluan melaksanakan proses pemecahan masalah tertentu sesuai data dengan cara tanya jawab secara lisan dan tatap muka langsung antara *interviewee* (pewawancara) dengan *interviewee* (yang diwawancara).

Narasumber dalam proses wawancara adalah pimpinan redaksi dari majalah Risalah, wartawan senior, dan juga penanggung jawab dari setiap rubrik yang ada dalam majalah risalah. Hal ini dilakukan karena orang-orang tersebut memiliki relevansi dengan informasi yang dibutuhkan

Menentukan topik yang akan dibicarakan adalah langkah awal yang dilakukan sebelum melakukan wawancara. hal itu dirasa sangat penting agar narasumber tahu dan juga paham akan maksud dari wawancara tersebut.

Wawancara ini dilakukan kepada pihak pengelola majalah risalah untuk mendapat data-data yang berhubungan dengan proses manajemen pada Majalah Risalah terhadap peningkatan informasi keislaman. Selain

itu untuk menyocokkan, apakah valid data yang didapatkan ketika observasi ataukah ada perbedaan.

5. Analisis Data

Pengumpulan data yang dilakukan dengan observasi dan juga wawancara merupakan cara untuk mencari data yang valid dari proses manajemen pers dakwah pada majalah risalah.

Setelah data terkumpul dari berbagai hasil pengumpulan data, maka dilakukan penganalisisan data, yaitu proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Metode yang digunakan untuk menganalisis data tersebut adalah menggunakan metode deskriptif yaitu suatu metode yang menggambarkan, melukiskan dan menguraikan data dengan menggunakan kalimat-kalimat sederhana dan mudah dipahami. Data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan dan kemudian dianalisis.

Proses analisis data dalam penelitian ini yaitu mengumpulkan data yang telah diperoleh dari hasil wawancara, maupun observasi. Kemudian data tersebut disusun dan diinterpretasikan sesuai dengan pembahasan, kemudian di ambil kesimpulan. Adapun pendekatan penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan induktif, yaitu suatu pendekatan dengan mengambil suatu kesimpulan secara umum dari fakta-fakta nyata yang ada di lapangan.

6. Penentuan Lokasi Penelitian

Tempat penelitian yang dipakai adalah Redaksi Majalah Risalah di Jl. Siti Munigar Hassan 2 Bandung 40242. Majalah risalah yang merupakan majalah

dakwah menjadi lebih tepat jika penelitian mengenai manajemen pers dakwah dilakukan di redaksi Risalah. Selain itu, majalah risalah bila dilihat dari lamanya berdiri maka usianya sudah cukup lama berkecimpung di dunia pers dakwah. Oleh karenanya menjadi sangat menarik untuk melakukan penelitian di majalah Risalah.

