

**STRATEGI *POSITIONING* MAJALAH DAKWAH ISLAM MASA KINI
DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI ERA DIGITAL
(Studi Kasus Terhadap Eksistensi Majalah *Ar-Risalah* dan *An-Najah*)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh
gelar Sarjana Komunikasi Islam (S.Kom.I) Strata Satu
pada Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (Dakwah)
Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Oleh:

Rima Apriliawan
NPM: 20110710009

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM (DAKWAH)
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2015

NOTA DINAS

Lamp. : 4 eks. Skripsi
Hal : Persetujuan

Yogyakarta, 18 November 2015
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta

Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah menerima dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : **Rima Apriliawan**

NPM : 20110710009

Judul : STRATEGI *POSITIONING* MAJALAH DAKWAH ISLAM MASA KINI DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI ERA DIGITAL (Studi Kasus Terhadap Eksistensi Majalah *Ar-Risalah* dan *An-Najah*)

telah memenuhi syarat untuk diajukan pada ujian akhir tingkat Sarjana pada Fakultas Agama Islam Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Bersama ini saya sampaikan naskah skripsi tersebut, dengan harapan dapat diterima dan segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassaalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing

Twediana Budi Hapsari, M. Si. Ph.D.

PENGESAHAN

Judul Skripsi

**STRATEGI *POSITIONING* MAJALAH DAKWAH ISLAM MASA KINI
DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI ERA DIGITAL
(Studi Kasus Terhadap Eksistensi Majalah *Ar-Risalah* dan *An-Najah*)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : **Rima Apriliawan**

NPM : 20110710009

Progam Studi/ Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

telah dimunaqasyahkan di depan Sidang Munaqasyah Program Studi (Prodi) Komunikasi dan Penyiaran Islam pada tanggal 10 Desember 2015 dan telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima:

Sidang Dewan Munaqasyah

Ketua Sidang : Fathurrahman Kamal LC, M. Si ()

Pembimbing : Twediana Budi Hapsari, M. Si. Ph.D. ()

Penguji : Dr. Mahli Zainuddin, M.Si ()

Yogyakarta, 10 Desember 2015

Fakultas Agama Islam

Komunikasi dan Penyiaran Islam

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Dekan,

Dr. Mahli Zainuddin, M.Si

NIK 19660717199203113014

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : **Rema Apriliawan**
Nomor Mahasiswa : **20110710009**
Program Studi : **Komunikasi dan Penyiaran Islam (Dakwah)**

dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka.

Yogyakarta, 18 November 2015

Yang membuat pernyataan

Rema Apriliawan

MOTTO

**“Media adalah entitas (wujud) yang paling kuat di dunia. Mereka memiliki kekuatan membuat bersalah yang tidak bersalah dan membuat yang tidak bersalah menjadi bersalah. Karena media mengandalkan pikiran massa”
(Malcolm X).**

“Wahai orang-orang yang beriman, jika ada seorang faasiq datang kepada kalian membawa suatu berita, maka *tabayyunlah* (telitilah dahulu), agar jangan sampai kalian menimpakan bahaya pada suatu kaum atas dasar kebodohan, kemudian akhirnya kalian menjadi menyesal atas perlakuan kalian”
(Q.S al-Hujurat [49] Ayat 6).

PERSEMBAHAN

Skripsi ini peneliti persembahkan untuk seluruh umat Islam yang membaca skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan wawasan pengetahuan tentang komunikasi dakwah Islam kepada pembaca.

Skripsi ini juga peneliti persembahkan khusus kedua orang tua tercinta dan keluarga besar bapak yang telah bekerja keras demi terselesaikannya penelitian ini hingga akhir. Begitu pula atas doa mereka yang tak henti-hentinya mengalir untuk peneliti. Semoga wujud skripsi ini dapat memberikan kepuasan tersendiri sebagai tanda kebahagiaan atas jerih payah mereka untuk memfasilitasi dan membimbing pendidikan peneliti hingga sampai ke jenjang sarjana.

Selain itu skripsi ini peneliti persembahkan juga kepada orang-orang yang peneliti temui di lokasi penelitian (pimpinan dan staf) redaksi Majalah *ar-Risalah* dan *an-Najah*, para informan yang dengan pengorbanan waktu berkenan hati untuk menceritakan sekaligus memberikan data-data yang peneliti butuhkan demi terselesaikannya skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puja dan puji syukur terpanjatkan kepada Allah SWT yang telah memberi nikmat dan hidayah-Nya, atas kehendak-Nya pula penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik dan lancar. Tidak lupa sholawat serta salam terhaturkan kepada Nabi Muhammad SAW. Atas perjuangan beliau kita semua dapat merasakan indahnya iman dan Islam.

Penulisan skripsi ini tentunya melalui perjuangan yang berisi sandungan dan sanjungan. Oleh karena itu, tidak lupa peneliti ucapkan banyak terima kasih atas berjalannya penyusunan skripsi ini kepada:

1. Dr. Mahli Zainuddin, M. Si selaku Dekan Fakultas Agama Islam (FAI) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sekaligus sebagai Dosen Penguji dalam penelitian ini,
2. Fathurrahman Kamal LC, M. Si selaku Kepala Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,
3. Twediana Budi Hapsari, M. Si. Ph.D. selaku Dosen Pembimbing dalam penyusunan skripsi ini yang telah membimbing dan telah banyak membagikan ilmunya kepada peneliti,
4. Kedua orang tua kandung peneliti, Sutrisno dan Wartinah yang senantiasa mendoa'kan peneliti dari kecil hingga kelak di kemudian hari. Kemudian paman dan bibi peneliti, Sugiyo dan Mujilah yang selalu memotivasi dan

membimbing peneliti dalam berbagai hal dalam kehidupan selama proses pendidikan mulai sekolah dasar hingga perguruan tinggi.

5. Saudara-saudara saya Ricky Fanilu Ardian, Rahma, Nourma Istiqomah (EPI UMY), M. Gunarto (S2 HI UMY), Yuli Uswiratri (Alumni AMIKOM) dan Ida Ariyana (Alumni Sastra Bahasa UGM) yang telah membantu penulis baik secara materil maupun non materil.
6. Ilmiyanti yang tidak bosan-bosannya memberi motivasi, mengorbankan banyak tenaga, materi dan waktunya serta telah memberi sumbangan ide dalam penelitian ini.
7. Kawan-kawan seperjuangan KPI 2011: Nur Choliz, MY. Danar A., Ali Akbar, Melawati Nur Kamilah, Ilmiyanti, Wildatul Jauharoh, Arisman, Mansyur Hidayat, Ibnu Hasan, Zulkifli Yusoh, ibu Wahyu Sinangsih, Bunga Nuril Ulum dan yang lainnya. Semoga Allah selalu melindungi kita semua dimanapun kita berada dan selalu menjadi orang-orang yang berguna untuk agama Islam.
8. Mayasri Kos (2011-2015): Ahmad Ruslan (FE UMY), M. Agung Setiaji (FE UMY), Aditya Pratama (FE UMY), Ivan (Fisipol UMY), Rahmat Entong (FT UMY), Ryan (FT UMY), Agung Tompel (PSIK UMY), Anggi (PSIK UMY), Bayu (FT UMY), Ginanjar (FP UMY), Ali Akbar (FP UMY), Aan (FT UMY) dan masih banyak lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih kawan dengan berbagai canda, tawa dan keseruan lainnya.

Akhirnya dengan berucap syukur dan terimakasih skripsi ini dapat selesai dengan baik. Namun, tidak menutup kemungkinan dalam penelitian ini masih ada kekurangan. Oleh karena itu peneliti mohon saran dan kritik kepada semua pembaca skripsi ini agar lebih bermanfaat bagi kita semua. Semoga dengan adanya penelitian ini dapat memberi wawasan kepada pembaca dalam memahami konsep STP (*Segmentasi, Targeting dan Positioning*) dakwah yang sesuai dengan syari'at Islam dan teori ilmu komunikasi.

Peneliti

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Judul	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Pernyataan Keaslian	v
Halaman Motto	vi
Halaman Persembahan	vii
Halaman Kata Pengantar	viii
Halaman Daftar Isi	xi
Abstrak	xiv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
E. Sistematika Pembahasan	12

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

A. Tinjauan Pustaka	15
B. Kerangka Teori	19
1. Strategi <i>Positioning</i>	23
2. Majalah	30
3. Media Internal (<i>house journal</i>)	33
4. Metode Dakwah	36

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Pendekatan	41
B. Lokasi Penelitian	42
C. Informan Penelitian	42
D. Teknik Pengumpulan Data	42
E. Kredibilitas Penelitian	46
F. Cara Kerja	47
G. Analisis Data	48

BAB IV : GAMBARAN UMUM

A. Majalah <i>Ar-Risalah</i>	50
B. Majalah <i>An-Najah</i>	65

BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Penyajian Data	78
1. Majalah <i>Ar-Risalah</i>	78
2. Majalah <i>An-Najah</i>	87
B. Analisis Data	94
1. Implementasi <i>ar-Risalah</i> dan <i>an-Najah</i> dalam Konsep STP	94
2. Metode Dakwah	114

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	119
B. Saran	120
C. Penutup	122

DAFTAR PUSTAKA

A. Al-Qur'an	123
B. Buku	123
C. Skripsi, Jurnal dan Majalah	124
D. Internet	125

DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

A. Tabel 1 : Sajian Data Majalah <i>ar-Risalah</i>	86
B. Tabel 2 : Sajian Data Majalah <i>an-Najah</i>	93
C. Gambar 1: Tahap STP	94
D. Tabel 3: Perbedaan Segmentasi <i>ar-Risalah</i> dan <i>an-Najah</i>	98
E. Tabel 4: Perbedaan & Persamaan <i>Targeting ar-Risalah</i> dan <i>an-Najah</i> ..	102
F. Gambar 2: Alur <i>Positioning</i> media	108
G. Tabel 5: Perbedaan <i>Positioning ar-Risalah</i> dan <i>an-Najah</i>	112

LAMPIRAN-LAMPIRAN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi *positioning* Majalah *ar-Risalah* dan *an-Najah* dalam berkompetisi dengan media massa lain agar tetap eksis di era digital, dan mengungkap alasan Majalah *ar-Risalah* dan *an-Najah* dalam menentukan strategi *positioning* dan bagaimana proses penerapannya agar *mad'u* tertarik terhadap majalah tersebut, serta mengetahui metode dakwah yang dilakukan oleh Majalah *ar-Risalah* dan *an-Najah* melalui media massa. Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam kepada informan dengan observasi dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui proses reduksi, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasilnya, Strategi *positioning* Majalah *ar-Risalah* dan *an-Najah* dalam implementasi konsep STP dimulai dari mengidentifikasi target pembaca (*mad'u*), menciptakan diferensiasi serta menciptakan keunggulan produk yang akan diberikan kepada pembaca. Oleh karena itu, redaksi melaksanakan beberapa cara agar strategi *positioning* dapat dikatakan sukses dan membekas dibenak pembaca seperti: menggunakan karakter produk terhadap majalah Islam lainnya (*differentiation*), menjamin harga-kualitas, konsisten terhadap aplikasi produk, profil pembaca yang jelas (konsumen), berkelas Nasional, kesesuaian produk dengan simbol kultur masyarakat Indonesia dan mengetahui kekuatan-kelemahan pesaing. Adapun alasan Majalah *ar-Risalah* dan *an-Najah* dalam menentukan strategi *positioning* yang menjadi pembeda dengan majalah-majalah pada umumnya yaitu untuk berdakwah *amar ma'ruf nahi munkar*. Kemudian metode dakwah yang dilakukan oleh Majalah *ar-Risalah* dan *an-Najah* adalah metode *bil-qolam*, artinya berdakwah melalui tulisan dengan memanfaatkan media massa seperti majalah dan internet.

Key-words: **Strategi *positioning*, Majalah *ar-Risalah*, Majalah *an-Najah*, metode dakwah.**