

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Komunikasi Massa

1. Pengertian komunikasi massa

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner, yakni: pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi, sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak banyak, seperti pengajian akbar di kalangan luas yang dihadiri oleh ribuan orang, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa.¹

Definisi komunikasi massa menurut Freidson di bedakan dari jenis komunikasi lainnya dengan suatu kenyataan bahwa komunikasi massa di alamatkan kepada sejumlah populasi dari berbagai kelompok, dan bukan hanya satu atau beberapa individu atau sebagian khusus populasi. Komunikasi massa juga mempunyai anggapan tersirat akan adanya alat-alat khusus untuk menyampaikan komunikasi agar komunikasi itu dapat mencapai pada saat yang sama, semua orang yang mewakili berbagai lapisan masyarakat.²

¹ Elvinaro Ardianto, M.si. *Komunikasi Massa suatu pengantar Edisi Revisi*.(Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2007). 3.

² Ibid.4.

Menyimak berbagai definisi komunikasi massa yang dikemukakan para ahli komunikasi, tampaknya tidak ada perbedaan yang mendasar atau prinsip, bahkan definisi-definisi itu satu sama lain saling melengkapi.

Rakhmat merangkum definisi-definisi komunikasi massa tersebut menjadi: komunikasi massa di artikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat di terima serentak dan sesaat.³

2. Karakteristik komunikasi massa

Komunikasi massa berbeda dengan komunikasi antar personal dan komunikasi kelompok. Perbedaanya terdapat dalam komponen komponen yang terlibat di dalamnya, dan proses berlangsungnya komunikasi tersebut. Namun, agar karakteristik komunikasi massa itu tampak jelas, maka pembahasannya perlu dibandingkan dengan komunikasi antar personal. Karakteristik komunikasi massa adalah sebagai berikut:

1. Komunikator terlembagakan.

Sebuah proses produksi sebuah pesan melalui media massa, mulai dari penyusunan pesan sampai pendistribusian sebuah pesan tersebut. Jadi, berapa orang yang terlibat dalam proses komunikasi massa itu, berapa macam alat yang di gunakan, dan berapa biaya yang diperlukan, sifatnya relatif. Namun yang pasti, komunikasi massa itu kompleks, tidak seperti komunikasi antarpersonal yang begitu sederhana.

³ Ibid. 6

2. Pesan bersifat umum

Komunikasi massa itu bersifat terbuka, artinya komunikasi massa itu ditunjukkan untuk semua orang dan tidak ditunjukkan untuk sekelompok orang tertentu.

3. Komunikannya Anonim dan Heterogen

Dalam komunikasi massa, komunikator tidak mengenal komunikan (anonim), karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Di samping anonim, komunikan komunikasi massa adalah heterogen, karena terdiri dari lapisan masyarakat yang berbeda.

4. Media massa menimbulkan keserempakan

Kelebihan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, adalah jumlah sasaran audiens atau komunikan yang dicapainya relatif banyak dan tidak terbatas, bahkan lebih dari itu, komunikan yang banyak tersebut secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula.

5. Komunikasi massa bersifat satu arah

Selain ciri yang merupakan keunggulan komunikasi massa dibandingkan dengan komunikasi lainnya, ada juga kelemahannya, karena komunikasinya melalui media massa, maka komunikan dan komunikatornya tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, komunikan pun aktif menerima pesan, namun diantara keduanya tidak dapat melakukan dialog sebagaimana halnya

terjadi dalam komunikasi antar personal. Dengan kata lain komunikasi massa itu bersifat satu arah.

6. Umpan balik tertunda dan tidak langsung

Dalam proses komunikasi massa, umpan balik bersifat tidak langsung (*indirect*) dan tertunda (*delayed*). Artinya, komunikator tidak dapat dengan segera mengetahui bagaimana reaksi khalayak terhadap pesan yang disampaikannya. Tanggapan khalayak bisa diterima lewat telepon, *email* menunjukkan bahwa feedback komunikasi massa bersifat tertunda (*delayed*).

3. Fungsi komunikasi massa

Fungsi komunikasi massa menurut Dominick terdiri dari *surveillance* (pengawasan), *interpretation* (penafsiran), *linkage* (keterkaitan), *transmission of values* (penyebaran nilai), dan *entertainment* (hiburan).⁴

B. Media Massa

1. Pengertian Media Massa

Media massa adalah beragam alat komunikasi untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas. Dalam hal ini pesan disampaikan tidak untuk perseorangan melainkan masyarakat luas. Pesan yang disebarkan melalui media massa bersifat umum karena ditujukan kepada umum dan mengenai kepentingan umum. Jadi tidak ditujukan pada perseorangan atau sekelompok orang tertentu.

⁴ Ibid. 6-14.

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi massa, seperti surat kabar, majalah, film, radio, dan televisi.

2. Karakteristik media massa

- a. Bersifat melembaga, artinya pihak yang mengelola media terdiri dari banyak orang, yakni mulai dari pengumpulan, pengelolaan, sampai pada penyajian informasi.
- b. Bersifat satu arah, artinya komunikasi yang dilakukan kurang memungkinkan terjadinya dialog antara pengirim dan penerima pesan. Dan apabila terjadi umpan balik (*feedback*) biasanya memerlukan waktu dan tertunda.
- c. Meluas dan serempak, artinya dapat mengatasi rintangan waktu dan jarak, karena memiliki kecepatan. Bergerak secara luas, dimana pesan yang disampaikan diterima oleh banyak orang pada saat yang sama.
- d. Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, atau surat kabar, dan sebagainya.
- e. Bersifat terbuka, artinya pesannya dapat diterima oleh siapa saja dan dimana saja tanpa mengenal usia, jenis kelamin, dan suku bangsa.⁵

3. Fungsi media massa

Peran media massa sangat penting dalam kehidupan. Ada tiga fungsi pokok media massa menurut Bernard Hannesy, di antaranya:

⁵ Hafied cangara. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta: Raja Grafindo Perkasa.2005).122.

a. Hiburan

Media massa dewasa ini lebih menonjolkan aroma hiburan. Setiap perubahan jam siaran, unsur hiburan menghiasi media di selingi dengan berbagai pesan, tetapi dengan kemasan hiburan. Apalagi pelaku acara yang di tampilkan adalah mereka yang populer do kalangan penonton dan surat kabar. Kemasannya banyak memberikan konfirmasi bsgi kehidupan masyarakat, mulai kecantikan, kesehatan dengan berbagai contoh keberhasilan seseorang, dengan penataan yang menarik, dan menjadikan pemaca tertarik untuk membaca.

b. Petunjuk dan pemberi arah dalam kehidupan sehari-hari

Media massa sebagai petunjuk dan pemberi arah bagi kehidupan sehari-hari. Media massa menghadirkan berbagai tayangan atau tampilan yang menggiring pembaca, pendengar atau pembaca untuk melakukan sesuatu. Misalkan setelah melihat, mendengar, atau membaca, akhirnya memutuskan sesuatu untuk membeli atau mengikiuti suatu gaya atau yang lainnya.

c. Sebagai sumber informasi

Media massa selain memberikan hiburan juga memberikan beragam informasi. Tayagan televisi, radio, atau media cetak selalu memberikan informasi, seperti informasi niaga, iklan berbagai produk, memberikan informasi tentang perkembangan politik, ekonomi, atau kriminal melalui sajian berita.⁶

⁶ Helena Oli. *Opini Publik*. (Jakarta: PT Indeks, 2007), 69.

4. Media Cetak

Media cetak mempunyai makna sebuah media yang menggunakan bahan dasar kertas atau kain untuk menyampaikan pesan-pesannya. Unsur-unsur utama adalah tulisan (teks), gambar visualisasi atau keduanya. Media cetak ini bisa dibuat untuk membantu fasilitator melakukan komunikasi interpersonal saat pelatihan atau kegiatan kelompok. Media ini juga bisa dijadikan sebagai bahan referensi (bahan bacaan) atau menjadi media instruksional atau mengkomunikasikan teknologi baru dan cara-cara melakukan sesuatu. Bisa juga mengkomunikasikan perhatian dan peringatan serta mengkampanyekan suatu isu dan menjadi media ekspresi dan karya personal.⁷

5. Buletin

Media cetak ini biasanya dibuat untuk kalangan tertentu atau intern saja. Dan media ini bisanya hanya terdiri dari beberapa halaman saja, serta dibuat dengan konsep sederhana. Buletin juga tidak dibuat untuk kepentingan komersial.⁸

Sebagaimana media komunikasi lain, buletin pun bertujuan sebagai media komunikasi antar komunitas yang terbatas. Meskipun terbatas tidak menutup kemungkinan jumlah khalayak yang cukup besar dalam mengkonsumsi buletin tersebut.

⁷ <http://berbagiilmublogspotcom.blogspot.com/2011/03/pengertian-media-cetak.html>

⁸ <http://www.anneahira.com/pengertian-media-cetak.htm>

Sedangkan penerapan buletin dalam berdakwah, berarti berdakwah melalui tulisan atau buah pikiran yang dituangkan melalui pena da'inya. Da'i menyampaikan pesan atau materi dakwah melalui tulisan, yang dapat di simak dan dihayati isinya.

C. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Islam adalah agama yang menugaskan umatnya untuk menyebarkan dan menyiarkan islam kepada seluruh umat manusia sebagai *Rahmatan lil 'alamin*. Islam dapat menjamin terwujudnya dan kesejahteraan manakala ajarannya diladikan pedoman hidup dan dilaksanakan secara konsistensi serta konsekuan. Usaha penyebarluasan Islam dan realisasi terhadap ajarannya adalah melalui dakwah.

Dakwah ibarat lentera kehidupan, yang memberi cahaya dan menerangi hidup manusia dari nestapa kegelapan. Tatkala manusia dilanda kegersangan spiritual, dakwah diharapkan mampu memberi cahaya terang. Maraknya berbagai ketimpangan, kerusuhan, kecurangan, dan sederet tindakan tercela lainnya, disebabkan terkikisnya nilai-nilai agama dalam diri manusia. Oleh karena itu tidak berlebihan jika dakwah merupakan bagian yang cukup penting bagi umat saat ini.

Dakwah ditinjau dari segi etimologi berasal dari bahasa Arab, yang artinya "panggilan, ajakan atau seruan". Dalam ilmu tata bahasa arab, kata dakwah berbentuk sebagai "isim masdar". Kata ini berasal dari fi'il "*da'a-yad'u*" artinya memanggil, mengajak, atau menyeru. Orang yang

memanggil, mengajak, menyeru, atau melaksanakan dakwah dinamakan “da’i”.

Sedangkan secara terminologi pengertian dakwah adalah upaya untuk mengajak seseorang atau sekelompok orang agar memeluk dan mengamalkan agama atau untuk mewujudkan ajaran Islam kedalam kehidupan yang nyata.

Dakwah dalam konteks ini dapat bermakna pembangunan kualitas sumber daya manusia, pengentasan kemiskinan, memerangi kebodohan, serta pembebasan. Dakwah juga bisa berarti penyebar luasan rahmat Allah (*rahmatan lil ‘alamin*). Dengan pembebasan, pembangunan, dan penyebarluasan ajaran Islam, berarti dakwah merupakan proses untuk mengubah kehidupan manusia dari kehidupan yang tidak Islami menjadi suatu kehidupan yang Islami.⁹

2. Tujuan Dakwah

Dakwah merupakan suatu rangkaian kegiatan atau proses dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Tujuan ini dimaksudkan untuk memberi arah atau pedoman bagi gerak langkah kegiatan dakwah, sebab tanpa tujuan yang jelas seluruh aktivitas dakwah akan sia-sia. Apalagi ditinjau dari segi pendekatan sistem, tujuan dakwah merupakan salah satu dengan yang lain saling membantu, mempengaruhi, berhubungan.¹⁰

Dakwah mempunyai tujuan utama atau umum dan tujuan khusus.

⁹ Asmuni Syukir. *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. (Surabaya: al-Ikhlas. 1983). 17

¹⁰ Ibid. 49

a. Tujuan Utama Dakwah

Tujuan utama dakwah adalah nilai atau hasil akhir yang dicapai oleh keseluruhan tindakan dakwah. Untuk tercapainya tujuan utama inilah maka semua penyusunan rencana dan tindakan dakwah harus ditunjukkan dan diarahkan. Tujuan dakwah adalah “terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan hidup si dunia dan di akhirat yang diridhoi Allah SWT”.

b. Tujuan Khusus Dakwah

Tujuan khusus dakwah merupakan perumusan tujuan sebagai perincian dari pada tujuan umum dakwah. Tujuan ini dimaksudkan agar dalam pelaksanaan seluruh aktivitas dakwah dapat diketahui jelas kemana arahnya, ataupun jenis kegiatan apa yang hendak dikerjakan, dengan cara yang bagaimana dan sebagainya secara terperinci.¹¹

3. Materi Dakwah

Materi dakwah adalah masalah isi pesan atau materi yang disampaikan pendakwah (da'i) pada khalayak. Dalam hal ini sudah jelas bahwa yang menjadi materi dakwah adalah ajaran islam itu sendiri. Oleh karena itu, membahas yang menjadi materi dakwah adalah membahas ajaran islam itu sendiri, sebab semua ajaran Islam yang sangat luas itu bisa dijadikan materi dakwah islam. Akan tetapi, ajaran Islam yang dijadikan materi dakwah itu pada garis besarnya dapat di kelompokkan sebagai berikut:

¹¹ Ibid. 57-58

1. Akidah,

yang meliputi:

- a. Iman kepada Allah
- b. Iman kepada Malaikat
- c. Iman kepada Al Qur'an
- d. Iman kepada Rasul-rasul
- e. Iman kepada hari akhir
- f. Iman kepada qadha-qadhar

2. Syari'ah

Yang meliputi:

- a. Ibadah, dalam arti luas:
 - Bersuci
 - Sholat
 - Zakat
 - Puasa
 - Haji
- b. Muamallah, dalam arti luas:
 1. Al Qununul Khas (hukum perdata):
 - Muamalah (hukum niaga)
 - Munakahat (hukum nikah)
 - Waratsah (hukum waris)
 2. Al Qununul 'am (hukum publik):
 - Hinayah (hukum pidana)

- Khilafah (hukum negara)
- Jihad (hukum perang dan damai)

3. Akhlak,

yaitu meliputi:

- a. Akhlak terhadap Allah
- b. Akhlak terhadap makhluk

1. Masalah Akidah (Keimanan)

Masalah pokok yang menjadi materi dakwah adalah Akidah Islamiah. Karena akidah mengikat kalbu manusia dan menguasai batinnya. Dari akidah inilah yang akan membentuk moral manusia. Oleh karena itu, yang pertama kali dijadikan materi dalam dakwah islam adalah akidah atau keimanan.

Akidah yang menjadi materi utu dakwah ini mempunyai ciri-ciri yang membedakan kepercayaan dengan agama lain, yaitu:

- a. Keterbukaan melalui persaksian (Syahadat). Dengan demikian seorang muslim selalu jelas identitasnya dan bersedia mengakui identitas keagamaan orang lain.
- b. Cakrawala pandangan yang luas dengan memperkenalkan bahwa Allah adalah tuhan seluruh alam, bukan tuhan kelompok atau bangsa tertentu. Dan soal kemanusiaan juga diperkenalkan kesatuan asal-usul manusia.
- c. Kejelasan dan kesederhanaan diartikan bahwa seluruh ajaran akidah baik soal ketuhanan, kerasulan, ataupun alam ghaib sangat mudah untuk dipahami.

d. Ketahanan antara iman dan Islam atau antara iman dan amal perbuatan. Dalam ibadah-ibadah pokok yang merupakan manifestasi dari iman dipadukan dengan segi-segi pengembangan diri dan kepribadian seseorang dengan kemaslahatan masyarakat yang menuju pada kesejahteraannya. Karena akidah memiliki keterlibatan dengan soal-soal kemasyarakatan.¹²

2. Masalah Syari'ah

Syari'at Allah yang ditujukan untuk umat manusia itu pada dasarnya satu, dan risalah yang ditujukan kepada para nabi bersifat kekal dan abadi. Pangkalnya dimulai sejak nabi Adam sedangkan cabang-cabangnya berakhir sampai manusia terakhir, yaitu hingga terjadinya hari kiamat.

Hukum atau syari'at sering disebut sebagai cermin peradaban dalam pengertian bahwa ketika ia tumbuh matang dan sempurna, peradaban mencerminkan dirinya dalam hukum-hukumnya. Pelaksanaan syari'at merupakan sumber yang melahirkan peradaban Islam, yang melestarikan dan melindunginya dalam sejarah. Dan syari'at inilah yang akan selalu menjadi kekuatan peradaban di kalangan kaum muslim.

¹² Moh. Ali Aziz. Ilmu Dakwah. (Jakarta:Prenada Media. 2004).109-110

Dan materi dakwah dalam bidang syari'ah ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang benar, pandangan yang jernih, kejadian secara cermat terhadap *hujjah* atau dalil-dalil dalam melihat setiap persoalan pembaruan, sehingga umat tidak terperosok kedalam kejelekan, sementara yang diinginkan dalam dakwah adalah kebaikan. Karena kesalahan dalam meletakkan posisi yang benar dan seimbang di antara beban syari'at sebagaimana yang telah ditetapkan oleh Islam akan menimbulkan satu hal yang sangat membahayakan terhadap agama dan kehidupan.¹³

3. Masalah Akhlak

Ajaran tentang nilai etis dalam Islam disebut akhlak. Wilayah akhlak Islam memiliki cakupan luas, sama luasnya dengan perilaku dan sikap manusia. Nabi Muhammad saw, bahkan menempatkan akhlak sebagai pokok kerasulannya. Melalui akal dan kalbunya, manusia mampu memainkan perannya dalam menentukan baik dan buruknya tindakan dan sikap yang ditampilkannya. Ajaran Islam secara keseluruhan mengandung nilai akhlak yang luhur, mencakup akhlak terhadap Tuhan, diri sendiri, sesama manusia, dan alam sekitar.

Kata akhlak secara etimologi berasal dari bahasa Arab jama' dari "*Khuluqun*" yang diartikan sebagai budi pekerti dan tingkah laku. Kalimat tersebut memiliki segi-segi persesuaian dengan perkataan "*Khaqun*" yang berarti kejadian, serta erat hubungannya dengan khalik yang berarti pencipta, dan makhluk yang berarti yang diciptakan.

¹³ Moh. Ali Aziz. Ilmu Dakwah. (Jakarta:Prenada Media. 2004). 112-114

Adapun pengertian sepanjang terminologi yang dikemukakan ulama, akhlak antara lain sebagai berikut:

- a. Akhlak adalah suatu ilmu yang menjelaskan arti baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia kepada yang lainnya menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia dalam perbuatan mereka yang menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat.
- b. Ibnu Maskawih dalam kitabnya “tanzib al akhlaq”, akhlak diartikan sebagai keadaan jiwa yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu perbuatan tanpa memerlukan pemikiran.
- c. Al Ghozali menyebutkan bahwa akhlak diartikan sebagai suatu sifat yang tetap pada seseorang, yang mendorong untuk melakukan perbuatan yang mudah tanpa membutuhkan sebuah pemikiran.¹⁴

4. Media Dakwah

Media dakwah, yaitu alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran islam) kepada khalayak. Untuk menyampaikan ajaran islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai alat (media). Hamzah Ya'qub membagi alat (media) dakwah menjadi lima macam, yaitu, lisan, tulisan, audio visual, dan akhlak:

1. Lisan, inilah alat (media) dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan media ini dapat

¹⁴ Moh. Ali Aziz. Ilmu Dakwah. (Jakarta:Prenada Media. 2004). 117-118

- berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.
2. Tulisan, buku, majalah, buletin, surat kabar, surat menyurat, spanduk, dan sebagainya.
 3. Lukisan, gambar, karikatur, dan sebagainya.
 4. Audio visual, yaitu alat dakwah yang merangsang indera pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya, televisi, film, slide, internet, dan sebagainya.
 5. Akhlak, yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerninkan ajaran islam dapat dinikmati serta didengarkan oleh audiens.

Pada dasarnya dakwah dapat menggunakan berbagai media yang dapat merangsang indra-indra manusia serta dapat menimbulkan perhatian untuk menerima dakwah. Semakin tepat dan efektif media yang dipakai semakin efektif pula upaya pemahaman ajaran islam pada masyarakat yang menjadi sasaran dakwah.

Media (terutama media massa) telah meningkatkan intensitas, kecepatan, dan jangkauan komunikasi dilakukan umat manusia begitu luas sebelum adanya media massa seperti pers, radio, televisi, internet dan sebagainya. Bahkan dapat dikatakan alat-alat tersebut telah melekat tak terpisahkan dengan kehidupan manusia di abad ini.¹⁵

¹⁵ Moh. Ali Aziz. Ilmu dakwah.(jakarta: PRENADA MEDIA.2004)120-121.

D. Buletin Dakwah Al Islam

Buletin dakwah al Islam merupakan strategi dakwah dalam mendekatkan pemikiran ke masyarakat karena secara internasional Hizbuttahrir Indonesia merupakan partai dakwah, yang bertujuan untuk membangkitkan kesadaran masyarakat agar mereka rindu dengan hukum islam yang sekarang ini tengah terabaikan dan kurang dipakai di negara indonesia, semua itu dikarenakan Negara Indonesia yang menerapkan sistem pemerintahan demokrasi dan mulai terpengaruh budaya liberal. Dan materi yang dimuat dalam buletin dakwah al Islam lebih cenderung pada muatan materi politik kontemporer, yang isinya tentang analisis pemikiran islam terkait dengan keadaan politik yang terjadi di indonesia.

Penyusunan buletin dakwah al Islam merupakan wewenang dari pengurus pusat yang ada di Jakarta, sedangkan proses pencetakan atau penggandaan merupakan tanggung jawab pengurus daerah, sedangkan jumlah penggandaan buletini tersebut sekali cetak mencapai sepuluh ribu lembar per daerah, biaya cetak setiap daerah didapat dari infak setiap anggota dan setiap anggota wajib membeli sesuai kemampuan materi masing-masing anggota. Jangkauan pendistribusian buletin dakwah al Islam di kota kediri dan kabupaten kediri kurang lebih tersebar di tiga puluh masjid dan lembaga perguruan tinggi yang ada di kota maupun Kabupaten Kediri. Sasaran audiens buletin dakwah al Islam sendiri pada

khalayak umum tanpa dibatasi latar belakang pendidikan, ekonomi, sosial, dan politik.¹⁶

Dalam penelitian ini penulis memilih buletin Al Islam karena buletin tersebut terdapat logo Hizbut Tahrir, yang dimana Hizbut Tahrir merupakan sebuah organisasi keagamaan (partai dakwah) yang minoritas di Indonesia tetapi aktivitas dakwah Hizbut Tahrir sendiri berjalan dengan baik dan *continue*, terutama melalui media Buletin Dakwah Al Islam itu sendiri, sehingga penulis tertarik untuk meneliti efektifitas dakwah melalui sebuah media yaitu buletin Dakwah Al Islam.

¹⁶ Umar, *Dep. Politik Hizbut Tahrir Kediri*, Wawancara Pribadi, (Kediri: 17 Juli 2013)