BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era modern ini, perkembangan dalam bidang teknologi informasi sedemikian pesatnya sehingga kalau digambarkan secara grafis, kemajuan yang terjadi terlihat secara eksponensial dan tidak ada yang dapat menahan lajunya perkembangan teknologi informasi (Bungin 2008: 143). Amat disayangkan manakala kemajuan tekhnologi informasi ini tidak dimanfaatkan untuk kepentingan dakwah. Apalagi dalam realitas sekarang ini, hampir sebagian besar masyarakat telah memiliki peralatan teknologi informasi.[1]

Salah satu contoh peralatan teknologi yang banyak disukai oleh masyarakat adalah televisi. Kehadiran televisi bagi masyarakat industri bagaikan "agama baru". Betapa tidak, televisi telah menggeser agama-agama konvensional. Khutbahnya didengar dan disaksikan oleh jamaah yang lebih besar dari jamaah agama apapun. Rumah ibadahnya tersebar di seluruh pelosok bumi, ritus-ritusnya diikuti dengan penuh kekhidmatan dan dapat menggetarkan hati serta mempengaruhi bawah sadar manusia. Kehadiran televisi juga telah mengambil sebagian besar waktu manusia untuk menonton televisi. Menurut *Broadcasting Year-book* (1985) rumah-rumah di Amerika Serikat, 25 % menonton TV di waktu pagi, 30 % di

[1] Abdul Basit, "Framing Media Islam Online atas Konflik Keagamaan di Indonesia", *Jurnal Komunikasi Islam* Vol. 03, No 01 Juni 2013, h. 88.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

waktu sore, dan 63 % di waktu malam (jam 8-11), dan hampir ¾ atau 84 dari mereka adalah menonton televisi (Jeffers 1986: 122).[2]

Tidak dipungkiri, dewasa ini televisi merupakan media massa yang sangat populer ditengah masyarakat. Ia ada hampir di setiap tempat-tempat umum, kantor, rumah bahkan kamar. Oleh karena itu, setiap berita yang disampaikan melalui media televisi akan sangat mudah sampai ke tengah kalangan masyarakat. Demikian pula jika yang disampaikan melalui televisi adalah pesan-pesan tabligh, maka ia akan dengan cepat tersosialisasikan.[3] Untuk itu, alangkah baiknya jika program-program dakwah di televisi lebih diperbanyak lagi, karena menyeru kebenaran dan mencegah kemungkaran adalah tugas hidup setiap Muslim. Dengan kata lain, setiap Muslim berkewajiban untuk berdakwah. Sebagaimana dalam firman Allah dalam QS. Ali Imran [03]: 104.

وَلْتَكُن مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى ٱلْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِٱلْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ ٱلْمُنكَرِ ۚ
وَأُو۟لَـٰٓئِكَ هُمُ ٱلْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar merekalah orang-orang yang beruntung. (QS. Ali Imran [03]: 104).[4]

---

[2] Ibid, hh. 88-89

[3] Aep Kusnawan, *Komunikasi & Penyiaran Islam* (Bandung: Benang Merah Pres, 2004), hh. 73-74

[4] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Diponegoro, 2010), h. 63

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Oleh karena itu perlunya pemanfaatan televisi sebagai media dakwah dengan sebaik-baiknya, agar proses penyampaian dakwah cepat menyeluruh ke seluruh pelosok dunia dan dakwahpun berjalan efektif.

Televisi sangat berperan penting untuk mengembangkan dakwah karena dakwah melalui televisi hasilnya akan lebih efektif dibanding dengan dakwah konvensional. Media televisi mampu menjangkau khalayak sasaran yang sangat luas, bahkan mampu menjangkau khalayak yang tidak terjangkau oleh media cetak. Televisi ditonton oleh jutaan orang secara teratur yang secara geografis belum tentu terjangkau oleh media lain, sebagai media yang menggabungkan unsur visual dan suara, maka televisi mempunyai dampak kuat terhadap audien dengan tekanan pada dua indra sekaligus, yaitu penglihatan dan pendengaran selain itu televisi mempunyai kemampuan kuat dalam memengaruhi persepsi khalayak, bahkan orang rela berjam-jam meluangkan waktu untuk mengikuti acara berita, hiburan dan lain-lain. Televisi juga mampu menyajikan informasi teraktual dengan cepat yang tidak bisa dilakukan oleh media cetak.[5] Serta sebagai suatu sarana komunikasi ampuh yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan manusia.[6]

Media televisi memang mampu menjauhkan manusia dari kenyataan hidup sehari-hari. Tetapi TV juga dapat disebut sebagai ‘jendela dunia besar’, karena realitas sosial yang berhasil ditayangkannya. Pada dasarnya

[5] Rama Kertamukti, *Strategi Kreatif dalam Periklanan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada,2015), h. 129.

[6] Sony Set, *Menjadi Perancang Program Televisi Profesional* (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2008), h. 32

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

manusia mempunyai keingintahuan yang besar terhadap sesuatu diluar dirinya, untuk itu media televisi menjawabnya dengan model suara gambar yang bergerak dan mampu menyentuh aspek pikologis setiap manusia.[7]

Berkat jangkauannya yang luas dan mendalam, televisi mempunyai peran dan dampak yang besar dalam mengajar dan mendidik anak Indonesia. Televisi sangat mempengaruhi masyarakat penontonnya, untuk itu harus mempertimbangkan dengan baik pengaruh apa saja yang diinginkan dan tidak diinginkan dari sebuah tayangan televisi.[8] Namun dalam hal ini stasiun televisi TV9 dan JTV menampilkan berbagai macam program religi. Semakin banyak program religi yang ditayangkan di berbagai stasiun tv maka semakin banyak pulalah pengaruh positif dalam kehidupan manusia baik itu dalam segi pendidikan, pemahaman mengenai Islam maupun tingkat keimanannya.

Media televisi di Indonesia bukan lagi dilihat sebagai barang mewah, seperti ketika pertama kali ada. Kini media layar kaca tersebut sudah menjadi salah satu barang kebutuhan pokok bagi kehidupan masyarakat nusantara untuk mendapatkan informasi. Dengan kata lain informasi sudah merupakan bagian dari hak manusia untuk aktualitas diri.[9]

Televisi sebagai suatu alat dapat dimanfaatkan untuk mengkomunikasikan informasi dengan menggunakan bayangan gambar

---

[7] Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa Sebuah Analisis Isi Media Televisi* Cetakan I (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1996), h. 33

[8] Herru Effendi, *Industri Pertelevisian Indonesia* (Jakarta: Erlangga, 2008), hh. 11-12

[9] Wawan Kuswandi, *Komunikasi Massa*, hh. 33-34

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan suara, demikian halnya dengan video dan film.[10] Televisi merupakan suatu sistem yang luar biasa besarnya, kamera dan mikroponnya mempunyai peranan yang menentukan bagi daya tarik mata dan telinga, sedangkan video kabel yang akan membawakan sinyal agar dapat menyentuh sistem saraf kita.[11] Seperti diketahui bahwa kita menerima berbagai informasi melalui panca indera, mata, telinga, hidung, mulut dan kulit. Berbagai informasi ini justru informasi melalui mata yang paling besar prosentasenya, sampai 75% dari seluruh informasi yang dapat diterima, hal ini dapat kita rasakan bahwa sebagian besar informasi ini diterima dengan jalan melihat. Dengan demikian bahwa media audio visual (televisi) merupakan media yang memberikan informasi terbesar dibanding dengan informasi yang diberikan melalui media lainnya.[12]

Dengan citra dan suaranya, televisi dapat menjangkau 96 persen rumah tangga Inggris. Televisi hadir di segenap lapisan masyarakat dan mengudara 24 jam dalam sehari. Tingkat jangkauan televisi dan konteks domestik penerimaannya memberinya sejenis kekuasaan yang khas. Jangkauan itu meningkat melalui modus penyampaian. Wajah dan kata-kata atraktif sang pemandu acara TV secara personal berdialog langsung dengan audien dari layar kaca, misalnya pada program yang bersifat akrab dan langsung.[13]

---

[10] Darwanto Sastro Subroto, *Produksi Acara Televisi* (Yogyakarta: Duta Wacana University Press, 1994), h. 2

[11] Ibid, hh. 3-4

[12] Ibid, h. 5

[13] Graeme Burton, *Membincangkan Televisi Sebuah Pengantar Kepada Studi Televisi* (Yogyakarta: Jalasutra, 2000), h. 87

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sesuai dengan daya tarik televisi yang sangat besar terhadap khalayak serta mampu menjangkau sasaran luas (sebagian besar masyarakat Indonesia) maka televisi lebih efektif jika digunakan sebagai media dakwah, karena dakwah yang disampaikan melalui media televisi secara otomatis jangkauan dakwahnya akan lebih luas dan kesan keagamaan yang timbul akan lebih dalam karena media televisi selain dapat didengar juga dapat dilihat meskipun hanya dilayar saja.

Media televisi memang termasuk salah satu alat untuk kesuksesan program dakwah. Namun persepsi khalayak juga mampu membangun efektivitas kegiatan dakwah itu sendiri. Dalam kenyataannya, tidak setiap muslim dengan sengaja melakukan kegiatan dakwah dan tidak setiap muslim yang sengaja berdakwah telah melakukan perannya dengan efektif. Oleh karena itu agar program dakwah dapat berlangsung lancar dan berhasil baik diperlukan pengetahuan tentang persepsi dari masyarakat, karena dari persepsi itu sendiri akan terlihat letak kekurangan dan kelebihan program dakwah tersebut, setelah kelebihan ataupun kekurangan tersebut tampak maka dari kekurangan itu bisa di perbaiki dan dari kelebihan tersebut bisa lebih dioptimalkan kembali sehingga berhasil meraih program dakwah yang efektif. Pada dasarnya dakwah adalah kegiatan penyampaian informasi dari seseorang kepada orang lainnya, maka perlu dikaji faktor apa saja yang merupakan penghambat dan memperlancar kegiatan dakwah. Dalam hal ini persepsi adalah sebagai acuan mengembangkan program dakwah agar lebih baik dan mendapatkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hasil yang maksimal, oleh karena itu di sini persepsi santri PPM. Al-Jihad di jadikan dasar atas efektifnya program dakwah di TV9 dan JTV.

Saat ini banyak sekali tayangan program baru televisi yang menggunakan jargon "religi" misalnya yang ditayangkan oleh stasiun TV9 dan JTV. Oleh karena itu peneliti mengambil judul **"Persepsi Santri Pondok Pesantren Mahasiswa Al-Jihad Surabaya Terhadap Program Dakwah di TV9 dan JTV"** yang bertujuan untuk mengetahui persepsi santri PPM. Al-Jihad Surabaya terhadap program dakwah di TV9 dan JTV khususnya pada tayangan Yuk Kita Shalawatan (YKS) di TV9 dan "Padange Ati (PA)" di JTV. Kemudian dari persepsi santri mengenai kedua program dakwah tersebut dikomparasikan, dengan mencari persamaan dan perbedaan persepsi santri Al-Jihad mengenai program dakwahnya.

Sesuai dengan tujuan dalam penelitian ini, yaitu mengetahui persepsi santri al-Jihad terhadap salah satu program dakwah di TV9 dan JTV. Maka harus ada persamaan dan perbedaan dari masing-masing persepsi tersebut mengenai program dakwah YKS dan Padange Ati. Karena setiap orang pasti mempunyai persepsi yang berbeda-beda.

Alasan peneliti memilih TV9 dan JTV karena keduanya merupakan televisi Surabaya yang mayoritas disukai oleh masyarakat Jawa Timur dan dominan menayangkan acara-acara edukatif yang bernuansa religi dibanding dengan stasiun tv lainnya yang mayoritas menayangkan sinetron ataupun infotaiment, meskipun pada kenyataannya JTV sendiri merupakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

salah satu televisi stasiun dangdut tetapi tv ini juga banyak menayangkan program religi, dalam kata lain JTV termasuk stasiun televisi yang dominan lebih banyak menayangkan program religi bisa dikatakan JTV merupakan stasiun tv Jawa bernuansa religi kedua setelah TV9. Selain itu kedua televisi ini merupakan televisi Jawa Timur yang tayangan dakwahnya terdapat berbagai macam variasi misalnya dalam bentuk tausiyah agama, musik religi, talkshow Islami dan lain-lain.

Tidak dapat dipungkiri program-program religi pada kedua stasiun tv tersebut merupakan suatu program yang banyak diminati khalayak khususnya masyarakat Jawa Timur. Sehingga peneliti tertarik untuk menjadikan TV9 dan JTV sebagai bahan penelitian dengan membandingkan persepsi santri PPM. Al-Jihad Surabaya mengenai salah satu program dakwahnya. Karena dari beberapa persepsi itu akan membangun media yang memuat program religi tersebut sehingga menjadi lebih inovatif dan kreatif. Alasan peneliti memilih santri al-Jihad sebagai responden karena santri Al-Jihad sendiri sudah pernah menyaksikan kedua program acara tersebut, dari sini juga dapat diketahui mengapa santri al-Jihad menyukai progragram YKS dan Padange Ati, apakah memang acaranya yang menarik untuk diikuti, ataukah karena pengisi acaranya dari keluarga besar al-Jihad sendiri.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis dapat memaparkan rumusan masalah sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Bagaimana persepsi santri PPM. Al-Jihad Surabaya terhadap program dakwah "Yuk Kita Sholawatan (YKS)" di TV9 dan "Padange Ati (PA)" di JTV?
2. Bagaimana komparasi antara program dakwah "Yuk Kita Sholawatan (YKS)" di TV9 dan "Padange Ati (PA) di JTV" dari hasil persepsi santri PPM. Al-Jihad Surabaya?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui persepsi santri PPM. Al-Jihad Surabaya mengenai program dakwah "YKS" di TV9 dan "Padange Ati" di JTV.
2. Untuk mengetahui komparasi antara program dakwah "Yuk Kita Sholawatan (YKS)" di TV9 dan "Padange Ati (PA) di JTV" dari hasil persepsi santri PPM. Al-Jihad Surabaya

D. Manfaat Penelitian

Setiap kegiatan pasti mempunyai manfaat, baik itu bagi diri sendiri maupun orang lain. Begitu pula dengan penelitian ini. Karena dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menarik minat peneliti lain, khususnya dikalangan mahasiswa, untuk mengembangkan penelitian lanjutan tentang masalah yang sama dan serupa.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Teoritis:
   a) Hasil penelitian ini diharapkan menambah wawasan baru terhadap pengembangan ilmu di bidang dakwah khususnya di prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai pedoman atau referensi untuk penelitian yang sejenis.

2. Praktis:

a) Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis

b) Bagi media televisi khususnya TV9 dan JTV, hasil penelitian ini diharapkan mampu dijadikan sebagai salah satu referensi untuk meningkatkan kualitas program yang sudah ada serta memunculkan program-program dakwah baru yang lebih kreatif dan inovatif.

c) Di era modern ini kalangan anak muda lebih menyukai tayangan-tayangan sinetron FTV dibanding dengan acara-acara dakwah. Untuk itu diharapkan penelitian ini dapat lebih memotivasi dengan menambah minat para santri PPM. Al-Jihad Surabaya dalam mengikuti tayangan program dakwah.

E. Definisi Konsep

1. Persepsi Santri

Istilah persepsi biasanya digunakan untuk mengungkapkan tentang pengalaman terhadap sesuatu benda ataupun sesuatu kejadian yang dialami. Dalam kamus standar dijelaskan bahwa persepsi dianggap sebagai sebuah pengaruh ataupun sebuah kesan oleh benda yang semata-mata menggunakan pengamatan penginderaan. Persepsi ini di definisikan sebagai proses yang menggabungkan dan mengorganisasikan data-data indera (penginderaan) untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dikembangkan sedemikian rupa sehingga seseorang dapat menyadari di sekelilingnya, termasuk sadar akan dirinya sendiri.[14]

Definisi lain menyebutkan bahwa persepsi adalah kemampuan membeda-bedakan, mengelompokkan, memfokuskan perhatian terhadap satu objek rangsang. Dalam proses pengelompokan dan membedakan ini persepsi melibatkan proses interpretasi berdasarkan pengalaman terhadap satu peristiwa atau objek.[15]

Dalam hal ini yang dimaksud persepsi santri ialah persepsi santri PPM. Al-Jihad Surabaya mengenai program dakwah Yuk Kita Sholawatan (YKS) di TV9 dan Padange Ati (PA) di JTV. Adapun persepsi ini terjadi karena santri PPM. Al-Jihad sudah pernah menyaksikan kedua program dakwah tersebut.

2. Program Dakwah

Sebelum membahas program dakwah, terlebih dahulu perlu mengenai istilah program dan dakwah.

Dalam Kamus Ilmiah Populer, program ialah acara, rencana untuk diperjuangkan, rancangan.[16] Menurut Suharsimi Arikunto, program adalah suatu unit atau kesatuan kegiatan yang dilakukan maka program merupakan sebuah sistem, yaitu rangkaian kegiatan yang dilakukan bukan hanya satu kali tetapi berkesinambungan. Pelaksanaan program

[14] Abdul Rahman Shaleh & Muhbib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Prenada Media, 2004), h. 88
[15] Ibid, h. 89
[16] Nur Khalif Hazin & AR. Elhan, *Kamus Ilmiah Populer* (Surabaya: Karya Ilmu, TT), h. 348

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ini terjadi di dalam sebuah organisai yang artinya harus melibatkan sekelompok orang.[17]

Syekh Ali Mahfuz sebagaimana yang dikutip oleh A. Ilyas Ismail dan Prio Hotman mengartikan dakwah dengan mengajak manusia kepada kebaikan dan petunjuk Allah SWT, menyeru mereka kepada kebiasaan yang baik dan melarang mereka dari kebiasaan buruk supaya mendapatkan keberuntungan di dunia dan akhirat.[18] Pengertian dakwah yang dimaksud Ali Mahfuz lebih dari sekedar ceramah dan pidato, walaupun memang secara lisan dakwah dapat diidentikkan dengan keduanya.[19]

Berdasarkan definisi dari masing-masing kata yakni program dan dakwah, maka makna dari program dakwah adalah rencana usaha yang disusun dalam rangka mencapai tujuan dakwah yaitu merealisasikan nilai-nilai Islami dalah kehidupan masyarakat guna menciptakan masyarakat yang diridhai Allah SWT.[20] Jadi program dakwah merupakan suatu rancangan yang sudah disusun secara terperinci, detail dan sistematis dalam perencanaan aktivitas dakwah, yang dibuat sebagai aktivitas penyampaian nilai-nilai Islam.

---

[17] Ullyn Kartikasari, "Pelaksanaan Program Dakwah Kelompok Bermain dan Taman Kanak-Kanak Islam "Buah Hati Kita" Danguran Kabupaten Kalten" (Skripsi tidak diterbitkan, Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2009), h. 12

[18] A. Ilyas Ismail & Prio Hotman, *Filsafat Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), h. 28

[19] Ibid, h. 29

[20] Galih Dharma Dewangga, "Manajemen Program Dakwah Jaringan Pemuda dan Remaja Masjid Indonesia Pengurus Wilayah DKI Jakarta" (Skripsi tidak diterbitkan, Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011), h. 40

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam hal ini yang menjadi program dakwah ialah acara-acara religi yang terdapat di TV9 dan JTV khususnya pada program dakwah YKS dan Padange Ati. Hal ini bertujuan untuk membandingkan serta mengetahui persamaan dan perbedaan kedua program tersebut dari persepsi santri al-Jihad mengenai adanya kedua program dakwah tersebut. Sehingga dapat juga diketahui keefektivan dari masing-masing program dakwah.

Jika yang diperbandingkan situasi atau kejadian, unsur-unsur atau komponen yang dianalisis sedikit berbeda, umpamanya meliputi deskripsi situasi atau kronologis kejadian, kompleksitas situasi atau intensitas kejadian, faktor-faktor penyebab dan akibat-akibatnya. Dari analisis tersebut juga akan dapat ditemukan faktor-faktor dominan yang melatarbelakangi atau diakibatkan oleh suatu situasi atau kejadian.

F. Sistematika Pembahasan

Agar dalam penyusunan proposal ini lebih sistematis dan terfokus pada satu pikiran, maka peneliti menyajikan sistematika pembahasan sebagai gambaran umum penulisan proposal penelitian.

BAB I : PENDAHULUAN pada bab ini pembahasannya berisi tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Definisi Konsep dan Sistematika Pembahasan.

BAB II : KAJIAN KEPUSTAKAAN berisi tentang kerangka teoritik, yaitu bagian yang menguraikan dari berbagai literatur yang berhubungan dengan penelitin ini, serta penelitian terdahulu yang relevan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III : METODE PENELITIAN pada bab ini menguraikan tentang berbagai metode yang digunakan pada penelitian ini antara lain: pendekatan dan jenis penelitian, kehadiran peneliti, dan sumber data, tekhnik pengumpulan data, tekhnik analisis data, tekhnik pengecekan keabsahan data, tahapan penelitian.

BAB IV : PENYAJIAN DAN TEMUAN PENELITIAN berisi tentang Setting Penelitian, Penyajian Data, Temuan Penelitian.

BAB V : PENUTUP berisi tentang kesimpulan dari hasil kajian dari permasalahan yang ada dalam penelitin ini dan kemudian ditutup dengan saran yang dapat dijadikan sebagai bahan rekomendasi bagi penelitian selanjutnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id