BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah adalah ajakan atau seruan kepada yang baik dan yang lebih baik. Dakwah mengandung ide tentang progresivitas, sebuah proses terus-menerus menuju kepada yang baik dan yang lebih baik dalam mewujudkan dakwah tersebut.[1] Perintah berdakwah tertera dalam al-Quran Surah An-Nahl ayat 125 :[2]

ٱدۡعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِٱلۡحِكۡمَةِ وَٱلۡمَوۡعِظَةِ ٱلۡحَسَنَةِۖ وَجَٰدِلۡهُم بِٱلَّتِي هِيَ أَحۡسَنُۚ
إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعۡلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِۦۖ وَهُوَ أَعۡلَمُ بِٱلۡمُهۡتَدِينَ ١٢٥

> "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk."

Serta tertera dalam al-Quran Surah Al-Qashash ayat 87[3]

وَلَا يَصُدُّنَّكَ عَنۡ ءَايَٰتِ ٱللَّهِ بَعۡدَ إِذۡ أُنزِلَتۡ إِلَيۡكَۖ وَٱدۡعُ إِلَىٰ رَبِّكَۖ وَلَا
تَكُونَنَّ مِنَ ٱلۡمُشۡرِكِينَ ٨٧

> "Dan janganlah sekali-kali mereka dapat menghalangimu dari (menyampaikan) ayat-ayat Allah, sesudah ayat-ayat itu diturunkan kepadamu, dan serulah mereka kepada (jalan) Tuhanmu, dan janganlah sekali-kali kamu termasuk orang-orang yang mempersekutukan Allah."

---

[1] Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 17.
[2] al-Quran, 16: 125
[3] Ibid, 28: 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

Kedua ayat di atas menjelaskan bahwa diwajibkan untuk menyerukan kebenaran dan berdakwah kepada seluruh umat manusia. Menyerukan kebenaran dapat dilakukan dengan berbagai cara baik melalui lisan, tulisan dan perbuatan.[4] Menyampaikan dakwah membutuhkan media perantara untuk menyalurkan informasi agar informasi atau isi dakwah tersampaikan kepada Mad'u.

Pada era sekarang banyak bermunculan media dakwah salah satunya dengan menggunakan media televisi. Televisi merupakan media komunikasi massa yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Berdasarkan hasil survei *AC Nielsen* pada tahun 2014, secara keseluruhan konsumsi media di kota-kota di Indonesia menunjukkan bahwa televisi masih menjadi medium utama yang dikonsumsi masyarakat Indonesia dengan prosentase (95%), berikutnya internet (33%), Radio (20%), Surat Kabar (12%), Tabloid (6%), dan Majalah (5%).[5]

Media televisi merupakan media utama yang digunakan masyarakat dalam mendapatkan informasi. Saat ini banyak menjamur *channel* televisi yang tidak hanya berskala Nasional namun juga berskala Lokal di daerah masing-masing. Surabaya yang dikenal sebagai kota terbesar ke dua setelah Jakarta dengan jumlah penduduk sebesar 2.765.487[6] juga mengalami perkembangan dengan maraknya televisi lokal. Tercatat saat ini televisi lokal

[4] Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar dan Strategi Dakwah Islam* (Surabaya: Al-Ikhlas, 1983), 104.
[5]Nielsen, "Nielsen : Konsumsi Media lebih Tinggi Di Luar Jawa", *Nielsen Press Room* (21 Mei 2014), 1.
[6]Sensu Penduduk 2010

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

yang ada di Surabaya diantaranya[7]: SBO TV (36 UHF), TV EDUKASI 2 (37 UHF), RTV SURABAYA (38 UHF), KOMPAS TV SURABAYA (40 UHF), TV9 SURABAYA (42 UHF), SURABAYA TV (44 UHF), BBS TV (46 UHF), AREK TV (48 UHF), NET JAWA TIMUR (58 UHF), JTV SURABAYA (60 UHF), *INEWS* TV SURABAYA (62 UHF).

Masing-masing televisi lokal yang berkembang memiliki karakteristik yang berbeda diantaranya : 1) SBO TV (Suroboyo Televisi) memiliki *positioning* atau kekhasan sebagai televisi yang melekat dengan kultur serta gaya hidup masyarakat kota Surabaya[8]. 2) Kompas TV Surabaya menyuguhkan tayangan televisi inspiratif dan menghibur untuk keluarga Indonesia dengan menekankan pada eksplorasi Indonesia baik kekayaan alam, khasanah budaya, Indonesia kini, hingga talenta berprestasi.[9] 3) JTV menekankan pada tayangan lokal dengan karakter khas masyarakat Jawa Timur. Program yang disuguhkan banyak melibatkan masyarakat sebagai peserta[10]. 4) Arek TV dimaknai sebagai TV yang direaktualisasi agar relevan dengan konteks kekinian. Program yang disuguhkan bertemakan egaliter, berani terbuka, semangat kolegial yang tinggi[11]. 5) Surabaya TV menyuguhkan program-program seputar Berita Ekonomi Bisnis yang informatif dan mendukung dunia usaha Surabaya dan Jawa Timur pada

[7] Daftar Stasiun Televisi Lokal di Indonesia, dalam https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_stasiun_televisi_lokal_di_Indonesia (20 Mei 2016).
[8] SBO TV : PAST, PRESENT, AND FUTURE, dalam http://sbotvblog.blogspot.com (8 Januari 2016), 2
[9] Kompas TV,"Company Profile", dalam http://www.kompas.tv/front/profile/ (20 Mei 2016), 1.
[10] JTV,"Company Profile", dalam http://jtv.co.id/about-us/ (8 Januari 2016),1.
[11] Arek TV, dalam https://id.wikipedia.org/wiki/Arek_TV (20 Mei 2016), 1.

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

umumnya[12]. 6) TV9 yaitu televisi bernuansa Religi yang menekankan pada program acara yang santun, menyejukkan.[13]

Sekian banyak televisi lokal yang menjamur di Surabaya, TV9 memiliki perbedaan dalam menyajikan program-program tayangan dengan menampilkan nuansa religi, talkshow religi, sinema religi dan sebagainya[14]. Sebagai perusahaan dan media televisi lokal, TV9 menekankan identitas perusahaan dengan memberikan informasi kepada publik secara jujur, terpercaya dan mendakwahkan kebaikan. Sedangkan beberapa stasiun televisi lokal lainnya lebih menekankan *lifestyle* kekinian dan cenderung menonjolkan kultur dari kota Surabaya.

Namun di tengah maraknya televisi lokal yang berkembang termasuk di Surabaya, terdapat penilaian masyarakat berkenaan dengan televisi lokal yang keberadaannya masih berada jauh di bawah televisi nasional berdasarkan penelitian dari *AGB Nielsen* pada semester pertama tahun 2007, pemirsa masih menaruh perhatian besar pada televisi nasional dengan prosentase 97,6% sedangkan perhatian untuk televisi lokal hanya 6,4%.[15] Data tersebut menunjukkan bahwa keberadaan televisi lokal dalam persaingan penyiaran masih berada di bawah televisi nasional. Untuk melakukan peningkatan kualitas penayangan program-program acara pada televisi lokal membutuhkan penelitian survei khalayak berkaitan bagaimana kadar

[12]Surabaya TV, dalam https://id.wikipedia.org/wiki/Surabaya_TV (20 Mei 2016), 1.
[13] Hakim Jayli, *Televisi Kaum Santri, Konsep Baru Bisnis dan Tayangan Televisi di Gerbang Era TV Digital* (Surabaya: TV9 Surabaya, 2013), 19.
[14]Ibid., 30.
[15]AGB Nielsen Media Research, "Mampukah TV Lokal Bertahan di Tengah Dominasi TV Nasional?", Newsletter Edisi ke 12 (Agustus 2007), 2.

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

kepuasan pemirsa yang nantinya dijadikan pijakan untuk melakukan evaluasi dan pengembangan program-program acara televisi yang sesuai dengan *positioning* dan *segmentasi* televisi lokal yang bersangkutan namun masih mengena di hati pemirsa.

Saat ini tidak banyak penelitian survei khalayak yang dilakukan oleh televisi lokal. Khususnya di sini yang menjadi sorotan penulis adalah TV9 sebagai televisi religi pertama yang memiliki *positioning* yang berbeda dari kebanyakan televisi lokal di Surabaya. Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan penulis belum ada lembaga survei yang melakukan penelitian survei berkenaan dengan TV9 Surabaya terutama yang berkaitan dengan karakteristik pemirsanya. Adapun survei akan pemirsa TV9 pernah sekali dilakukan oleh Instansi media TV9 yang *dipublish* pada tahun 2013, lebih dari 3 tahun lalu belum terdapat penelitian terkini mengenai karakteristik pemirsa TV9. Segmentasi pasar yang dibidik oleh TV9 adalah spesifik pada komunitas *Nahdiyin*[16] yaitu Kalangan Perempuan (Muslimat NU), Perempuan Muda (*Fatayat* NU), Pemuda (Gerakan Pemuda *Anshor*), Pelajar (IPNU dan IPPNU), Pesantren (RMI), Pengelola Pendidikan Formal (LP Ma'arif), Pengurus Takmir Masjid (LTMNU), Seniman Bela Diri (LPS Pagar Nusa), *Thoriqoh* (*Jam'iyyah Thoriqoh An Nahdiyah*), Buruh (SARBUMUSI), Sarjana (ISNU), Profesi Guru (PERGUNU), Seniman dan Budayawan (LESBUMI). Dari komunitas tersebut diperoleh jumlah pemirsa TV9 sebesar

[16]Hakim Jayli, *Televisi Kaum Santri, Konsep Baru Bisnis dan Tayangan Televisi di Gerbang Era TV Digital*, 17.

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

2.548.304[17]. Diketahui bahwa jumlah pemirsa televisi di Surabaya dan sekitarnya sebesar 8.224.000 di mana menempati posisi kedua terbesar setelah pemirsa Jabodetabek[18]. Merupakan peluang yang besar dalam meraih *market share* pemirsa Surabaya di mana TV9 mengambil *market share* pemirsa surabaya sebesar 30%.

Untuk mengukur kualitas penayangan acara TV9 pada kalangan pemirsa Surabaya maka membutuhkan penelitian tentang survei kepuasan pemirsa untuk mengetahui posisi kepuasan pemirsa terhadap tayangan yang disajikan TV9 saat ini dengan menggunakan data-data penelitian terkini. Survei tersebut dilaksanakan agar mendapatkan data dan informasi spesifik pemirsa TV9 Surabaya. Sebagai langkah awal, survei ini dapat dijadikan sebagai pijakan pengembangan agar dapat bersaing serta meningkatkan kualitas atau mutu tayangan yang dapat diterima dengan baik bagi kalangan *Nahdiyin* dan masyarakat Surabaya, maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian survei khalayak pemirsa TV9 berkaitan dengan kepuasan dalam melihat tayangan di TV9. Dalam penelitian ini nantinya akan berfokus pada aspek-aspek dalam program tayangan TV9 yang sudah puas sesuai dengan harapan pemirsa dan mana yang belum sesuai dan butuh untuk ditingkatkan lagi.

[17] Ibid., 40.
[18] ABG Nielsen Media Research Indonesia, 2007

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. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu :

1. Apa harapan masyarakat Surabaya dalam menonton TV9 ?
2. Bagaimana kepuasan masyarakat Surabaya terhadap acara siaran TV9 ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dicapai dalam penelitian ini, yaitu :

1. Mengetahui harapan masyarakat Surabaya dalam menonton TV9 Surabaya.
2. Mengetahui kepuasan masyarakat Surabaya terhadap acara siaran TV9.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

   Menerapkan teori pengukuran kepuasan pemirsa dalam konteks khalayak atau pemirsa TV9 Surabaya. Penelitian survei tingkat kepuasan pemirsa pada TV9 diharapkan dapat membantu *khasanah* ilmu dalam pengukuran kepuasan pemirsa televisi dalam hal ini yaitu pengukuran kepuasan pemirsa pada televisi lokal religi TV9 Surabaya.

2. Manfaat Metodologis

   Mengetahui validitas survei kepuasan pemirsa TV9 Surabaya dalam riset komunikasi massa.

3. Manfaat Praktis

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

a. Memberikan gambaran sebagai acuan dalam meningkatkan kepuasaan pemirsa TV9 pada masyarakat Surabaya.
b. Memberikan tambahan data bagi TV9 dalam melakukan evaluasi maupun peningkatan kualitas penayangan.
c. Memberikan masukan bagi TV9 dalam menyusun program-program acara selanjutnya yang sesuai dengan segmen dan *positioning* yang bermuatan positif, mendidik, informatif.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang penulis cantumkan adalah penelitian yang berpijak pada adanya kesamaan jenis penelitian, teori, metode dan obyek penelitian yang mengacu pada pemirsa media televisi. Penelitian tersebut diantaranya :

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Farida Milhana dengan judul Analisa Kebutuhan Khalayak Surabaya terhadap Program Acara Televisi[19]. Tujuan umum penelitian ini adalah untuk mengetahui kebutuhan-kebutuhan pemirsa Surabaya dalam menonton *channel* dan program acara. Sedangkan tujuan khusus penelitian ini adalah megetahui *cluster-cluster* atau kelompok-kelompok pemirsa sesuai dengan karakteristik kebutuhannya. Jenis penelitian yang digunakan adalah survei deskriptif. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini bahwa Penduduk kota Surabaya terdiri dari 3 *cluster psikografis* di mana antara 3 *cluster* tersebut tidak terdapat perbedaan yang terlalu

[19] Farida Milhana, "Analisa Kebutuhan Khalayak Surabaya Terhadap Program Acara Televisi", (Tesis—Universitas Indonesia, Jakarta, 2004).

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

menonjol terhadap program acara televisi yang dibutuhkan. Secara garis besar masyarakat Surabaya telah merasa puas dengan program acara televisi saat itu. Berdasarkan temuan penelitian ini yaitu pihak televisi lokal perlu menyusun strategi produksi acara dengan memadukan kandungan lokal dengan kemasan Nasional.

Kedua, penelitian yang ditulis oleh Prima Rini dengan judul "Pengaruh Isi Berita, Kualitas Penyiaran dan Kemasan Terhadap Kepuasan Pemirsa Metro TV dan TV One"[20]. Tujuan dalam penelitian ini adalah mengetahui perbedaan isi berita, kualitas penyiaran, kemasan dan kepuasan pemirsa, serta faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pemirsa atas isi berita, kualitas penyiaran dan kemasan Metro TV dan TV One. Teori yang digunakan adalah *Uses and Gratification* dengan metode analisis data menggunakan *Sample T-test* dan analisa regresi berganda. Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah bahwa isi berita yang meliputi kualitas penyiaran, kemasan dan kepuasan pemirsa Metro TV tidak berbeda dibandingkan Pemirsa TV One. Faktor yang berpengaruh dominan terhadap Kepuasan Pemirsa TV One dan gabungan kedua program berita adalah isi berita, sedangkan untuk Metro TV adalah isi Berita dan kualitas penyiaran dan untuk TV One diposisi kedua adalah kemasan. Kesimpulan hasil penelitian Metro TV dan TV One mempunyai kualitas yang sama atas Isi Berita, Kualitas Penyiaran dan Kemasan kecuali Indikator *Smart* lebih baik terhadap pemirsa

[20] Prima Rini, "Pengaruh Isi Berita, Kualitas Penyiaran dan Kemasan Terhadap Kepuasan Pemirsa Metro TV dan TV One", (Tesis—Universitas Esa Unggul, Jakarta, 2011).

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

TV One. Faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap TV One adalah Isi Berita dan Metro TV adalah Kemasan.

Ketiga, karya tesis dari *Heather Yuille* yang berjudul *"The Uses and Gratifications of Dance Reality Television Shows"*[21]. Tujuan Penulisan Tesis tersebut adalah untuk mengetahui alasan pemirsa menonton acara pertunjukan tari di televisi. Teori yang digunakan adalah *Uses and Gratification* dengan menggunakan metode kuantitatif, Statistik Frekuensi serta menggunakan analisis faktor sebagai komponen utamanya. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa pemirsa sering menonton *Reality Show* Tari di televisi. Pemirsa yang menonton memiliki alasan yang berbeda-beda terutama pada masing-masing pemirsa yang intensitasnya jarang menonton acara tersebut.

Keempat, jurnal Internasional yang ditulis oleh *Carmen Berne Manero*, *Esperanza Garcia Uceda* dan *Victor Orive Serrano* yang berjudul *"Understanding the Consumption of Television Programming: Development and Validation of a Structural Model for Quality, Satisfaction and Audience Behavior"*[22], tujuan yang disebutkan dalam jurnal adalah untuk melakukan analisis dan mengidentifikasi hubungan struktur yang mendasari konstruksi kepuasan dan kualitas dalam rangka untuk mendapatkan pemahaman lebih mendalam tentang perilaku pemirsa televisi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori perilaku konsumen untuk mengupas tentang

[21] Heather Yuille, "The Uses and Gratifications of Dance Reality Television Shows", (Tesis--Universitas of Nevada, Las Vegas, 2012).
[22] Carmen BerneManero, Esperanz a Garcia Uceda, Victor Orive Serrano, "Understanding the Consumption of Television Programming : Development and Validation of a Structural Model for Quality, Satisfaction and Audience Behavior", *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 5, No. 1 (22 Januari 2013).

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

pengulangan perilaku saat mengalami kepuasaan serta menggunakan Teori Model Pengulangan Kualitas Kepuasaan Pengkonsumsian Program Televisi. Metode yang digunakan adalah model persamaan struktural menggunakan analisis faktor *eksploratori*. Kesimpulan penelitian tersebut menunjukkan adanya hubungan sebab akibat antara variabel dan mengkonfirmasi keabsahan prediksi model yang diusulkan.

Terakhir, merupakan jurnal yang ditulis oleh *Mehmet Ozer Demir, Zuhal Gok Demir* dengan Judul *"The Uses and Gratifications Approach of TV Series Viewers In Turkey"*[23]. Tujuan dari jurnal tersebut adalah untuk mengetahui kebiasaan pemirsa Turki dalam menonton serial televisi. Teori yang digunakan adalah *Uses and Gratification*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pemirsa puas terhadap program acara yang memenuhi kebutuhan spesifik mereka. Namun ditemukan bahwa serial televisi juga menampilkan hal-hal yang tidak diperlukan oleh pemirsa. Hasil penayangan yang tidak diinginkan oleh pemirsa cenderung diabaikan dan yang awalnya pemirsa aktif dalam tayangan tersebut menjadi tidak aktif.

Berdasarkan penelitian terdahulu penulis hendak mengukur kepuasan Pemirsa TV9 Surabaya dengan menggunakan teori *Uses and Gratifications* yang sesuai untuk mengukur kesenjangan kepuasan pemirsa akan informasi dan motif dalam mengkonsumsi tayangan televisi di TV9. Tidak hanya menggunakan teori *Uses and Gratifications* sebagai teori utama untuk

[23] Mehmet Ozer Demir, Zuhal GOK DEMIR, "The Uses and Gratifications Approach of TV SeriesViewers In Turkey, *Akademik Bakis Dergisi Kirgiztan*, ISSN: 1694-528X, (2013).

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

mengukur namun penulis menggunakan pendekatan teori sosial identitas sosial dan karakteristik masyarakat kota untuk membedah fenomena yang didapatkan.

F. Sistematika Pembahasan

Pertama kali dipaparkan oleh penulis adalah latar belakang masalah, hal ini penting karena menjadi titik tolak penelitian ini baik yang merupakan gambaran akan fakta-fakta permasalahan tentang televisi lokal. Kemudian menampilkan fakta keunikan TV9 dibandingkan dengan stasiun televisi lokal lainnya yang menarik untuk diteliti. Penulis menampilkan nilai penting penelitian ini yang dijelaskan dalam tujuan dan kegunaan secara teoritis, metodologis dan praktis. Pada bagian ini ditampilkan beberapa penelitian terdahulu yang sejenis baik dari penelitian nasional maupun internasional sebagai referensi dan menunjukkan keotentikan penelitian ini.

Pada bab selanjutnya penulis akan memaparkan kajian konseptual akan kepuasan pemirsa televisi serta memaparkan teori utama *Uses and Gratification*. Hal ini dibutuhkan sebagai pijakan dalam menggambarkan alur bekerjanya teori yang nantinya digunakan dalam melakukan analisis.

Berikutnya penulis melanjutkan pada bab metodologi yang membahas desain penelitian mulai dari sumber data dan populasi, variabel penelitian, metode pengumpulan data serta teknis analisis data.

Bab selanjutnya penulis akan memaparkan gambaran umum survei mengenai kepuasan pemirsa TV9 Surabaya berdasarkan karakteristik

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

responden. Selanjutnya penulis memaparkan data-data dan temuan di lapangan yang diperoleh dari beberapa uji dan analisis data yang dilakukan. Serta membahas tentang analisis data dan sekilas hasil-hasil pemaknaan data-data yang ditemukan di lapangan.

Pada bab terakhir penulis menguraikan hasil-hasil temuan sesuai analisa pada bab sebelumnya yang berfungsi untuk mempertegas hasil kesimpulan penelitian. Serta memberikan saran-saran yang diberikan penulis terhadap survei dalam penelitian ini yang akan dicantumkan dalam cacatan rekomendasi teoritis dan praktis.

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