BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berdakwah adalah kewajiban setiap muslim. Sebagaimana Firman Allah dalam Al-Quran surat Ali Imron ayat 104:

وَلْتَكُن مِّنكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ (آل عمران: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.(Q.S Ali Imron:104)[1]

Prof. Dr. M.Ali Aziz dalam bukunya Ilmu Dakwah, menjelaksan dakwah adalah kegiatan peningkatan iman menurut syariat Islam.[2] Kemudian menurut Dr. H. Nur Syam dalam bukunya Filsafat Dakwah, mendefinisikan dakwah adalah proses merealisasikan ajaran Islam dalam dataran kehidupan manusia dengan strategi , metodologi dan sistem dengan mempertimbangkan dimensi religio-sosio-psikhologis individu atau masyarakat agar target maksimalnya tercapai.[3]

Dari waktu ke waktu, sarana berdakwah mengalami perkembangan variasi. Dakwah tidak hanya dilaksanakan *bil lisan* melalui pertemuan langsung

---

[1] Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Komplek Percetakan Al-Quranul Karim Raja Fahd, 1421 H), h. 93
[2] Moh.Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 19
[3] Nur Syam, *Filsafat Dakwah*, (Surabaya: Jenggala pustaka utama, 2003), h. 12

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

seperti ceramah, khutbah, majelis-majelis ilmu, dan lain-lain. Tetapi juga *bil lisan* secara tidak langsung misalnya melalui radio, televisi, dan internet. Variasi dakwah yang memanfaatkan perkembangan teknologi ini akan membuat pesan dakwah diharapkan dapat sampai kepada sasarannya yang tentu saja melalui proses penyesuaian diri. Maksudnya, pesan dakwah yang disampaikan pada hari ini kemungkinan baru akan didengar oleh mad'u ditempat dan waktu yang ia kehendaki sendiri.

Demikian pula dakwah *bil qolam* juga mengalami perkembangan variasi. *Bil qolam* tidak hanya ditulis pada sarana-sarana seperti papan tulis ataupun kertas (buku, koran, majalah) tetapi dapat juga ditulis pada format digital sehingga dapat disimpan dalam jangka waktu yang lama serta dapat diakses oleh orang yang lebih banyak dan bahkan yang lebih ekonomis.

Tidak ketinggalan *dakwah bil hal* juga sama. Dakwah ini mengalami perkembangan variasi. Mad'u tidak hanya dapat menyaksikan perilaku dari Da'i melalui pertemuan langsung akan tetapi dapat pula melalui media televisi maupun internet.

Dakwah adalah usaha untuk meyakinkan kebenaran kepada orang lain. Bagi orang yang didakwahi, pesan dakwah yang tidak dipahami tak lebih maknanya dari bunyi bunyian.[4] Dakwah Islamiyah tiada lain merupakan kegiatan mengkomunikasikan ajaran Allah yang terkandung dalam Al-Quran dan As-

[4] Faizah, Lalu Muchsin Effendi, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. X

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

Sunnah, agar manusia mengambilnya untuk menjadi jalan hidupnya.[5] Sehingga demikian fungsi dakwah (sebagai alatnya) merupakan suatu kontrol sosial yang didasarkan pada kebenaran alquran dengan disertai semangat tetap konsisten terhadap misi kebenarannya tersebut, yaitu dengan sikap mental yang tahan uji atau sabar.

Rosulullah bersabda; مَنْ دَلَّ عَلَى خَيْرٍ فَلَهُ مِثْلُ أَجْرِ فَاعِلِهِ Yang artinya; "Barangsiapa yang menunjukkan kepada perbuatan baik, maka baginya pahala seperti orang yang melaksanakannya." (HR Ibnu Mas'ud Al-Badri).[6]

Dakwah dapat dikatakan berhasil dengan baik jika telah dapat mendorong manusia melakukan secara nyata ajaran-ajaran Islam. Sesuai dengan tujuan dakwah yaitu mempertemukan kembali fitrah manusia dengan agama atau menyadarkan manusia supaya mengakui kebenaran Islam dan mau mengamalkan ajaran Islam sehingga menjadi umat baik.[7]. Untuk itu dakwah selalu diarahkan untuk mempengaruhi tiga aspek perubahan pada diri mad'u, yaitu aspek pengetahuannya *(knowledge)*, aspek sikapnya *(attitude)*, dan aspek perilakunya *(behavior)*.[8] Maka dari itu agar dakwah dapat mengena sasaran maka diperlukan pengetahuan tentang ilmu dakwah. Seperti teknik, strategi, taktik, dan pendekatan dalam berdakwah.

---

[5] Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah*, (Bandung: Rosdakarya, 2013), h. 12
[6] Fachruddin HS, dkk, *Pilihan Sabda Rosul; Hadis Hadis Pilihan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2001) h. 517
[7] Andy Dermawan, (ed), *Metodologi Ilmu Dakwah*, (Yogyakarta: Lembaga Studi Filsafat Islam, 2002), h. 8
[8] Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 455

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

Khusus pada skripsi ini, peneliti ingin menyoroti lebih jauh perihal dakwah *bil qolam*.

Dakwah *bil qolam* merupakan dakwah yang dilakukan dengan menggunakan tulisan untuk menyalurkan pesan dakwahnya, melalui media cetak seperti buku, majalah, surat kabar. Kemudian dapat dilakukan menggunakan media online seperti *facebook, whatsapp, twitter, instagram, blogspot* dan lain sebagainya. Dakwah melalui teknik *bil qolam* dapat dengan mudah disimpan dan dibaca berulang kali sehingga pesan dakwah dengan tidak mudah hilang begitu saja dari ingatan pembaca.

Dakwah bil qolam melalui media cetak menuntut kepandaian para da'i dalam dunia tulis menulis. Penyampaian dakwah menggunkan media cetak tidak sama dengan dakwah *bil lisan*. Da'i harus bisa mengemas tulisannya dengan jelas dan ahli dalam penyusunan kata yang baik yang bisa dipahami oleh pembaca. Untuk itu pemahaman da'i akan dunia jurnalistik sangatlah dibutuhkan.

Menjadikan media cetak sebagai media dakwah dapat memberikan harapan baru bagi perkembangan dunia dakwah, yang biasanya dakwah selalu dikembangkan dengan budaya tutur yang cenderung menjadikan mad'u menjadi pendengar yang pasif, dalam hal ini dakwah melalui media memberikan tawaran yang lebih dimana mad'u dapat mengalanisis kejadian dengan lebih jelas, karena tertulis dalam media dan dapat memberikan opsi baik itu berupa kritik atau saran kepada redaksi melalui surat atau email. Dan bagi da'i sendiri merupakan peluang untuk mengembangkan diri dan mengambil peran aktif dalam bidang

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

pers dan jurnalistik, baik terjun langsung atau bekerja sama dengan pers sehingga dapat mengarahkan lembaga pers dalam prespektif Islam agar tidak bertentangan dengan etika moral dan agama.[9]

Dengan menerima pesan dakwah melalui media akan memudahkan mad'u untuk memperkaya khasanah pengetahuan agamanya. karena media memungkinkan mad'u dapat menerima pesan dakwah dimanapun seperti didalam rumah, di kantor, di perjalanan, dan kapanpun bisa pagi, siang, sore, atau malam hari. Dalam segala kondisi sesuai yang diinginkannya.

Majalah adalah salah satu jenis media yang dimaksud oleh penulis diatas.. Majalah biasanya dikemas dengan cara yang lebih menarik daripada buku atau surat kabar yang dapat menarik banyak minat masyarakat untuk membaca, sehingga dakwah dengan lebih mudah dipahami. Penulis tertarik untuk meneliti majalah karena hingga saat ini masyarakat masih memiliki respon terhadap media cetak seperti majalah. Majalah terbukti tidak raib dengan canggihnya teknologi yang ada. Bukti bahwasannya majalah masih memiliki respon yang positif di masyarakat adalah masih beredarnya majalah di kalangan masyarakat.

Majalah yang dijadikan fokus penelitian kali ini adalah majalah Al-Fikrah. Majalah Al-Fikrah sebagai media informasi dan pemikiran Islam, diterbitkan dan dikelola oleh Yayasan Pondok Pesantren Mambaus Sholihin. Awal penerbitan majalah ini pada tanggal 17 Agustus 1997. Banyak yang mendukung dalam penerbitan majalah ini karena dirasa perlu adanya media

[9] Sutirman Eka Ardhana, *Jurnalistik dakwah,* (Pustaka Pelajar, 1991), h. 10

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

aspirasi santri untuk mengembangkan kreatifitas tulis menulis santri. Di samping itu Al-Fikrah juga dapat digunakan sebagai media dakwah pesantren bagi masyarakat luas. Selain itu, majalah ini diharapkan pula bisa membentuk pola pikir santri yang progressif dan transformatif. Hal ini tidak bisa terlepas dari realitas, bahwa pesantren yang mampu menerbitkan sebuah majalah memiliki nilai lebih dari pada yang tidak, sebab jangkauan dakwah dengan majalah akan lebih luas. Melalui majalah tersebut, pesantren menjadi lebih dekat dengan masyarakat. Mereka bisa mengetahui banyak hal mengenai pesantren dan kajian Islam melalui tulisan-tulisan yang tersajikan dalam majalah tersebut.

Kini disetiap edisinya Al-Fikrah dapat menjual majalahnya hingga 6000 eksemplar. Penjualan majalah Al-Fikrah sudah menyebar luas hingga keluar Pulau Jawa. Reseller majalah ini adalah para Alumni dari Pondok Pesantren. Majalah Al-Fikrah berusaha menjawab tantangan zaman dan globalisasi media, dan kebutuhan umat Islam akan bacaan yang memliki kualitas baik dari segi isi maupun aktualitasnya.

Adapun yang menjadi objek penelitian kali ini adalah majalah Al-Fikrah. Namun penelitian hanya terfokus pada rubrik Tausiyah edisi 87 yang membahas tentang materi dakwah ke-tasawuf-an Karena menurut peneliti rubrik ini memuat materi dakwah yang cocok untuk masyarakat di akhir zaman yang sibuk mencari dunia namun jarang yang memikirkan kehidupan akhirat. Rubrik Tausiyah secara konsisten selalu diisi oleh tim redaksi yang diambil dari ceramah pengajian kitab *Adabus Salik* yang dikaji oleh K.H. Masbuhin Faqih.

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

Bagaimanakah bingkai Tausiyah pada majalah Al-Fikrah edisi 87 November 2015?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bingkai Tausiyah pada majalah Al-Fikrah edisi 87 November 2015.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini diharapkan berguna sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

   Penelitian ini diharapkan memberi kontribusi pada pengembangan keilmuan dakwah dan komunikasi bagi peneliti khususnya, maupun bagi pelbagai pihak yang memiliki ketertarikan untuk mengkaji mengenai dinamika keilmuan dakwah dan komunikasi.

2. Secara Praktis

   a. Bagi Peneliti

   Dengan adanya penelitian ini, sangat besar harapan dapat mengetahui dan memahami bingkai dari bingkai Tausiyah pada majalah Al-Fikrah edisi 87 November 2015. Dengan begitu hasil penelitian ini bisa menjadi bahan acuan pembelajaran bagi penulis agar dapat mengamalkannya.

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. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapakan dapat memberikan sumbangsih ilmu terhadap fakultas dakwah khususnya prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

E. Devinisi Konsep

Pada devinisi konseptual, peneliti menjabarkan tentang makna konsep pada penelitian yang berjudul Tausiyah pada Majalah Al-Fikrah edisi 87 (Analisis Framing). Maka disini dijelaskan beberapa istilah yang terdapat didalam judul antara lain:

1. Tausiyah

Tausiyah memiliki arti yang sama dengan dakwah. *Tausiyah* atau wasiyah berarti pesan atau perintah tentang sesuatu. Kegiatan menyampaikan wasiyah disebut tausiyah. Kata ini kemudian dalam bahasa Indonesia disebut wasiat. Pengertian ini dipahami dari kata *wasiyah* dan kata pengembangannya dari Alquran dan Hadits.

Dalam konteks dakwah, wasiat merupakan pesan moral yang harus dijalankan oleh penerima wasiat . Dalam sejumlah hadis, Nabi Muhammad SAW kadangkala memberi wasiat tanpa diminta oleh seseorang dan kadangkala diberikan setelah ada orang yang memintanya. Pesan moral wasiat merupakan pesan yang sangat penting dibanding pesan yang lain. Pesan ini tidak disampaikan dengan cara lain kecuali dengan wasiat. Bukan hanya sebagai perintah, namun juga tuntutan yang harus dilaksanakan. Pengabaian terhadap

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

pelaksanaan wasiat dapat dijatuhi sanksi moral yang berat. Pesan moral wasiat ini ditunjukkan kepada orang tertentu, meskipun setiap orang dapat menjalankannya.[10]

2. Majalah

Majalah mulai bekembang sejak akhir abad ke 19, ketika media tersebut hadir sebagai media hiburan utama. Karena saat itu baik radio maupun televisi belum banyak dikenal orang. Selain TV dan radio belum banyak dikenal, juga tidak setiap orang pada saat itu mampu untuk pegi menonton di bioskop-bioskop. Dalam situasi masyarakat seperti itulah kemudian majalah mulai tumbuh dengan membuka halaman iklan sebagai salah satu daya tariknya. Sehingga karena perkembangannya yang cukup pesat baik dalam bentuk, ukuran, maupun popularitasnya, sirkulasi majalah terbukti maningkat cepat. Implikasinya, lebih banyak majalah itu terjual, lebih banyak pula perusahaan tertarik untuk mengiklankan produknya lewat majalah itu. Sehingga pada gilirannya hal itu dapat berpengaruh pada upaya penyediaan halaman-halaman khusus untuk iklan.[11]

Menurut sejarah pers, majalah yang pertama kali diterbitkan adalah *gentlemant's magazine* pada tahun 1731 di London. Disusul terbitnya majalah di Paris, Prancis yang berisikan katalog dari jenis-jenis buku yang akan dijual. Setelah mengalami proses yang lama, majalah tersebut berangsur-angsur terbit

[10] Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 31
[11] Asep Saipul Muhtadi, *Jurnalistik; Pendekatan Teori dan Praktik*, (Jakarta: Logos, 1999), h. 91

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

secara kontinyu dan bentuknya sudah berubah, bukan lagi seperti katalog buku. Tapi telah berisi aneka macam berita , mulai dari artikel, essai, berita-berita hangat dan ulasan.

Dalam dunia Islam, sejarah masuknya percetakan dibawa oleh Nappoleon Bonaparte, di Mesir pada tahun 1798 M. Masuknya Nappoleon ke Mesir tersebut menjadi permulaan kebangkitan dunia arab Islam. Kala itu dipublikasikan majalah bernama *La De Cade Egyptinne* yang diterbitkan oleh Marc Aruriel. Sepeninggal Napoleon, pada tahun 1828 M. Di Mesir diterbitkan surat kabar resmi dengan nama *Al-Waqai'u Al-Misriyyah* oleh Muhammad Ali Pasya pada tahun 1870. Rifa'i Badawi dan Rafi al-Tahtawi menerbitkn majalah *Rawdah al-Madaris* sebagai media pembudayaan bahasa arab di dunia Islam.

Kemudian pada tahun 1879, Jamaluddin al-Afgani menerbitkan majalah *Al-Urwah Al-Wutsqa* sebagai penyebaran ide-ide Islam. Majalah islami ini terbit di Paris pada abad XIX dibantu oleh Syeikh Muhammad Abduh. Kedua tokoh ini adalah pelopor pembaharuan kebangkitan umat Muslim.[12]

Para jurnalis-jurnalis Muslim saat ini melakukan terobosan-terobosan hingga ke daerah terpencil untuk melaksanakan dakwah. Seperti yang Rasulullah SAW yang menyampaikan dakwah *bil qolam* nya ke penguasa tirani hanya dengan surat tanpa komunikasi langsung. Begitupula para sahabat dan ratusan imam-imam mengasah tajam penanya untuk ber-*haraqah* di jalan Allah. Seperti

[12] Suf Kasman, *Jurnalisme Universal; Menelusuri Prinsip-prinsip Dakwah Bil Al-Qolam Dalam Al-Quran*, (Jakarta: Teraju, 2004), hh. 196-197

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

Syeikh Muhibbudin al-Khatib, Syeikh Sakib Arsalam, Yusuf al-Qardhawi, Imam Mutawalli Sya'rawi adalah pemuka pergerakan Islam yang tersohor di Mesir yang merintis dakwah *bil qolam* melalui majalah.[13]

Majalah memiliki kekuatan pengaruh sebagaimana surat kabar. Klasifikasi majalah dibagi kedalam lima kategori utama, yakni:

1) *General customer magazine* (majalah konsumen umum).
2) *Busness publication* (majalah bisnis).
3) *Literacy reviews and academic journal* (kritik sastra dan majalah ilmiah), yaitu terbitan berkala yang berisi kajian-kajian ilmiah yang spesifik dan dalam bidang tertentu.
4) *Newsletter* (majalah khusus terbitan berkala).
5) *Public Relations Magazines* (majalah humas).

Saat ini telah banyak majalah yang secara khusus menyatakan sebagai majalah dakwah Islam. Penulis-penulis keagamaan juga bisa memanfaatkan majalah sebagai media dakwah *bil qolam*, yang *basic* nya non-dakwah untuk mempublikasikan tulisannya. Asal dapat menyesuaikan spesifikasi majalah tersebut.[14]

3. Analisis Framing

Pada dasarnya, analisis framing merupakan versi terbaru dari pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menganalisis teks media. Gagasan mengenai

[13] *Ibid*, h. 199
[14] Moh. Ali Aziz, M.A, *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana, 2012), hh. 416-417

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

framing, pertama kali dilontarkan oleh Beterson tahun 1955. Mulanya, frame dimaknai sebagai sturktur kenseptual atau perangkat kepercayaan yang mengorganisir pandangan politik kebijakan dan wacana, serta yang menyediakan kategori-kategori standar untuk mengapresisasi realitas. Konsep ini kemudian dikembangkan lebih jauh oleh Goffman pada 1974, yang mengandaikan frame sebagai kepingan kepingan dalam perilaku (stips of behavior) yang membimbing individu dalam membaca realitas.[15]

Analisis framing secara sederhana dapat digambarkan sebagai analisis untuk mengetahui bagaimana realitas (peristiwa, aktor, kelompok, atau apa saja) dibingkai oleh media. pembingkaian tersebut tentu saja melalui proses konstruksi. Di sini realitas sosial dimaknai dan di konstruksi dengan makna tertentu. Hasilnya pemberitaan media pada sisi tertentu atau wawancara dengan orang-orang tertentu. Bagaimana media memahami dan memaknai realitas dan dengan cara apa realitas itu ditanda kan. Hal inilah yang menjadi pusat perhatian dari analisis framing. Praktisnya, ia digunakan untuk melihat bagaimana aspek tertentu ditonjolkan atau ditekankan oleh media.

Menurut Eriyanto dalam bukunya Analisis Framing, *framing* adalah metode untuk melihat cara bercerita (storytelling)media atas peristiwa. Cara bercerita itu tergambar pada “cara melihat” terhadap realitas yang dijadikan berita. “Cara melihat” ini berpengaruh pada hasil akhir dari konstruksi realitas.

[15] Alex Shobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006), h.162

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

Analisis framing adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas.

Sebagai sebuah metode analisis teks, analisis framing mempunyai karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan analisis isi kuantitatif. Dalam analisis isi kuantitatif yang ditekankan adalah isi (konten) dari suatu pesan/teks komunikasi. sementara dalam analisis framing, yang menjadi pusat perhatian adalah pembentukan pesan dari teks. Framing, terutama, melihat bagaimana pesan peristiwa dikonstruksi oleh media. Bagaimana konstruksi peristiwa dan menyajikannya kepada khalayak pembaca.[16]

4. Sistematika Pembahasan

Dalam mempermudah pembahasan ini penulis akan menguraikan sistematika pembahasannya. Adapun sistematika pembahasan penelitian adalah sebagai berikut :

Bab I adalah pendahuluan, pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah yakni fenomena sosial yang mendasari penelitian ini, rumusan masalah yang merupakan akar masalah yang jawabannya akan ditemukan setelah melakukan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep dan sistematika pembahasan.

Bab II adalah kajian kepustakaan, pada bab ini berisi tentang kajian pustaka yang membahas tentang teori kepustakaan yang terkait dengan judul

[16] Eriyanto, *Analisis Framing*, (Yogyakarta: LKIS, 2005), hh. 10-11

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

penelitian, kajian teoritik yakni pembahasan kajian teori dan penelitian terdahulu yang relevan sebagai rujukan dan perbandingan terhadap penelitian yang dilakukan saat ini

Bab III adalah metode penelitian, pada bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian yang akan dipakai dan juga metode penelitian yang akan dipakai oleh peneliti. Dan juga membahas tentang teknik pengumpulan data dan teknik analisis datayang akan dipakai dalam penelitian.

Bab IV adalah penyajian data, pada bab ini penyajian dan analisis data menjelaskan tentang rubrik Tausiyah yang kemudian dianalisa framing menggunakan teori Gamson dan Modigliani dan hubungan antara rubrik tausiyah dan isu yang berkaitan pada November 2015. Pada bab ini yang nantinya akan menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.

Bab V adalah penutup, bab ini merupakan bab terakhir yang menjawab langsung dari permasalahan. Selain itu berisikan tentang kesimpulan dan saran.

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