BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berdasarkan pepatah dari Arab Saudi, karier abadi seorang muslim adalah dai.[1] Artinya, posisi muslim mencerminkan bagaimana keadaannya dalam mendakwahkan islam. Dengan posisi tersebut, maka seluruh aktivitas kehidupan seorang muslim merupakan mimbar atau media dakwah, baik yang tercermin dalam kata, sikap maupun perilaku.

Dalam agama islam terdapat tiga hal yang tidak dapat dipisahkan yang harus dimiliki seorang muslim pada saat seorang muslim atau *da'i* berkewajiban untuk menyebarkan kebaikan islam pada lingkungannya atau masyarakat luas yakni iman, islam, dan ihsan.[2] Ihsan merupakan wujud nyata dari keimanan dan keislaman seorang muslim dalam lingkungan sosial, yang berarti seorang muslim harus melakukan tindakan dan perbuatan baik kepada masyarakat disaat seorang muslim menyatakan kesaksian bahwa tiada tuhan selain Allah. Jika keadaan memang demikian, maka proses dakwah yang harus digencarkan adalah membentuk karakter dan mentalitas seorang muslim yang bermoral dan berbudi pekerti luhur.

Sebagai seorang muslim, mestinya kesadaran di atas dapat tertanam kuat bahwa bersikap ihsan adalah sebuah bentuk tanggung jawab sebagai seorang muslim. Dimana seorang muslim dapat memberikan peringatan

[1] Kurdi Mustofa, *Dakwah di Balik Kekuasaan*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), hal: 27.
[2] Ibid, hal: 29

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

kepada umat atau masyarakat lain dengan berlandaskan Al-Qur'an dan hadis Rasulullah. Hal ini dikarenakan menjadi *da'i* atau juru dakwah diibaratkan agen sosial nilai-nilai islam.

Berdakwah merupakan kegiatan *Amar Ma'ruf Nahi Munkar,* yaitu suatu aktifitas mengajukan atau memerintah kepada manusia untuk berbuat baik dan mencegah perbuatan munkar. Kegiatan tersebut merupakan upaya untuk mengontrol kehidupan umat manusia yang didasarkan pada firman Allah SWT.[3]

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

Artinya: "Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebjikan, menyeru kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar, merekalah orang-orang yang beruntung"(QS.Ali-Imron:104)

Di zaman yang semakin maju ini, dakwah tidaklah cukup disampaikan dengan lisan belaka. Tanpa bantuan alat-alat modern yang sekarang ini atau yang biasa disebut dengan alat-alat komunikasi massa, yaitu pers (percetakkan), radio, film, talkshow dan televisi. Maka dakwah lisan yang terucapkan dari manusia hanya dapat menjangkau jarak yang sangat terbatas, sedangkan dengan alat komunikasi massa dapat mempermudah penyiaran dakwah dari keterbatasannya waktu dan ruang. Hal ini dikarenakan, pada setiap massa atau zaman terdapat tantangan yang berbeda-beda bagi perkembangan dakwah. Seperti halnya para *da'i* saat ini, para *da'i*dihadapkan

[3] Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahannya* (Jakarta:PT Intermasa, 1992), hal: 93

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

dengan persaingan yang kian ketat dengan berbagai agen perubahan sosial dan kemasyarakatan. Para dai ditantang untuk bersaing dengan agen hiburan global dan para dai tak cukup hanya membacakan kisah-kisah dari Al-Qur'an, sirah Nabi, atau buku-buku keislaman lainnya. Para dai harus mengemasnya dengan memanfaatkan teknologi yang semakin mutahir.

Dakwah juga tidak hanya sekedar dilakukan dengan cara ceramah. Metode dan pendekatannya harus bisa beragam, agar dapat meliputi segala lingkup kehidupan dan dapat disampaikan sesuai dengan konteksnya. Berdasarkan sumber yang peneliti dapat, arti dalam dakwah adalah panggilan maka berdakwah berarti memanggil.[4] Maka dari itu pengertian dakwah menurut Drs. H. M. Masyhur Amin adalah suatu aktivitas yang mendorong manusia memeluk agama islam melalui cara yang bijaksana, dengan materi ajaran islam, agar mereka mendapatkan kesejahteraan dunia dan kebahagiaan akhirat.[5]

Dari penjelasan di atas, maka dari itu pesan dakwah dapat disampaikan dari berbagai cara, seperti halnya dalam siaran televisi yang menyiarkan dakwah-dakwahnya, acara siaran radio dengan tema islami, dan juga dapat dilakukan secara langsung dengan mengadakan pengajian akbar dan artikel-artikel islam pada media cetak. Meskipun terdapat banyak cara dalam menyampaikan suatu pesan dakwah, yang tetap harus dipertimbangkan

[4]M. Natsir dan Azhar Basyir, *Ideologisasi Gerakan Dakwah: Episod Kehidupan,* (Yogyakarta: Sipress, 1996), hal: 60.
[5]Fathul Bahri An-Nabiry, *Meniti Jalan Dakwah Bekal Perjuangan Para Da'i,* (Jakarta: Amzah, 2008), hal: 21.

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

adalah informasi yang disampaikan seorang pendakwah harus benar-benar jelas dan dapat dipertangungjawabkan dalam kebenarannya.

Seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin maju dan canggih, dimana informasi dan komunikasi senantiasa melahirkan peradapanbaru yaitu kehidupan yang tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya media massa yang dapat dilihat dan dinikmati hal ini bukan lagi hal yang asing bagi kehidupan zaman sekarang.

Bahri Ghazali menyebutkan bahwa lajunya perkembangan zaman memacu tingkat ilmu dan teknologi, tidak terkecuali komunikasi yang menghubungkan suatu masyarakat dengan masyarakat lain, hal ini mengakibatkan penyampaian dakwah Islam dituntut semakin berkembang. Dakwah Islam diselenggarakan tidak hanya melalui pertemuan-pertemuan langsung antara *da'i*dengan *mad'u*,akan tetapi dibutuhkan inovasi dengan media lain yang lebih modern seperti media cetak dan elektronik. Media-media tersebut harus diupayakan penggunaannya untuk kepentingan dakwah Islam secara luas, tidak hanya seorang atau kelompok masyarakat saja.[6]

Dari semua media komunikasi yang ada, televisilah yang paling berpengaruh pada kehidupan manusia. Karena televisi merupakan media informasi sekaligus media hiburan yang dapat dijumpai baik di rumah kecil maupun di rumah mewah, warung-warung kopi maupun di restauran-restauran. Televisi merupakan salah satu media modern yang digunakan untuk berdakwah pada masa sekarang. Sebagai contoh melalui program

[6]Bahri Ghazali, *Dakwah Komunikatif*, (Jakarta: CV. Pedoman Ilmu Jaya, 1997), hal: 33.

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

siarannya seperti lagu-lagu, film maupun sinetron dan program lainnya. Hal tersebut disebabkan oleh posisi televisi yang memiliki kelebihan-kelebihan dibandingkan dengan media lain.

Televisi juga memiliki kelebihan karena sifatnya yang dapat dilihat juga bisa didengar, sehingga pemirsa lebih bisa menikmati program-program siaran televisi yang seolah-olah menjadi suatu tayangan hidup yang begitu indah untuk disaksikan.[7]

Pada umumnya televisi akan mempengaruhi sikap, pandangan, perasaan, dan persepsi para penonton. Hal ini disebabkan salah satu pengaruh dari televisi seakan-akan bisa menghipnotis penonton, sehingga mereka seolah-olah hanyut dalam keterlibatan pada kisah atau peristiwa yang ditayangkan oleh televisi. Saat ini stasiun televisi telah banyak hadir di tengah perkembangan media telekomunikasi, sehingga banyak menimbulkan persaingan antar stasiun televisi dalam menciptakan suatu program acara terbaik dan terunik agar semakin banyak masyarakat yang menonton program tersebut seperti film maupun sinetron. Salah satu program televisi yang banyak disukai pemirsa adalah tayangan sinetron. Hal ini terbukti dengan banyaknya jumlah pemirsa sinetron pada Januari 2011 mencapai 1,6 juta orang (usia 5 tahun ke atas) atau memperoleh ratting 3,1. Jumlah ini meningkat tajam jika dibandingkan dengan konsumsi sinetron pada Januari 2010 yakni hanya mencapai 1 juta pemirsa, dengan ratting 2,2. Data yang

[7]Aep Kusnawan, *Ilmu Dakwah. (Kajian Berbagai Aspek),*(Bandung, Pustaka bani Quraisy,2004), hal: 73.

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

dirilis AGB Nielsen Media Researchtersebut kian meneguhkan betapa konsumsi sinetron lebih tinggi.[8]

Sinetron merupakan kepanjangan dari sinema elektronik yang berarti sebuah karya cipta seni budaya, yang merupakan media komunikasi pandang dengar yang dibuat berdasarkan sinematografi dengan direkam pada pita video, melalui proses elektronik lalu ditayangkan melalui stasiun penyiaran televisi. Sesuai dengan bentuknya, sinetron dikemas dengan tema-tema kehidupan yang ada dimasyarakat, misalnya tentang keharmonisan keluarga, cinta kasih, dan lainnya, dan biasanya ditayangkan secara periodik (pada jam dan hari tertentu).[9]

Sebuah sinetron bersifat relatif dan subjektif, tergantung pada penafsiran pihak yang berkepentingan. Hal ini tidak lepas dari nilai, norma, dan pandangan hidup pemakainya. Tayangan sinetron juga bisa dijadikan sebagai media penyampaian pesan dakwah, karena pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui sinetron lebih mudah sampai kepada *mad'u* (masyarakat). Dan pesan verbal yang digunakan dalam sinetron dapat diimbangi dengan pesan dakwah visual yang memiliki efek sangat kuat terhadap pendapat, sikap, dan prilaku *mad'u*. hal ini terjadi karena pikiran dan perasaan pemirsa dilibatkan dalam penyampaian pesan. Sinetron juga memiliki kekuatan dramatik dan hubungan logis bagian-bagian cerita yang

---

[8]Nashrudin Qowiyurrijal dan Andi Fitriani, *Sinetron, Menghibur Diri sampai Mati*, (Yogyakarta: Leutika Prio, 2011), hal: 3.

[9] Asep Muhyidin, Agus Ahmad Syafe'i, *Metode Pengembangan Dakwah*, (Bandung: PT. CV Pustaka Setia, 2002), hal: 204.

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

tersaji dalam alur cerita. Kekuatan tersebut akan diterima *mad'u* melalui penghayatan, sedangkan hubungan logis akan diterima *mad'u* secara pengetahuan.[10]

Bila dilihat lebih jauh, maraknya pemutaran sinetron-sinetron bernuansa religi di stasiun-stasiun televisi swasta nasional ini tidak hanya bernilai bisnis belaka tetapi juga sangat bernilai edukatif, karena pesan-pesan religi yang disampaikan pada acara sinetron tersebut sangat bernilai positif dan mendidik bagi kehidupan masyarakat Indonesia dewasa ini. Dengan demikian media elektronika dapat menjadi salah satu media dakwah alternatif yang handal, cepat, praktis dan murah dalam menyampaikan pesan-pesan moral keagamaan pada era modernisasi sekarang ini. Realitas konsumsi sinetron yang tinggi, berbanding lurus dengan produksi sinetron oleh production house (rumah produksi) yang tinggi pula. Beberapa genre sinetron yang marak diproduksi adalah sinetron bergenre remaja, keluarga, komedi, dan religi.

Sinetron religi merupakan genre yang menjadi tren tayangan sinetron di Indonesia. Meningkatnya sinetron bergenre religi sesungguhnya bernilai positif jika dilihat dari sisi inovasi ide cerita. Pelibatan nilai spiritual ke ruang tontonan boleh jadi merupakan perkembangan baik karena televisi berperan dalam mengangkat citra agama dari ruang domestik ke ruang publik. Di sinilah letak kontradiksi yang ekstrim antara idealitas sinetron religi dengan realitasnya. Tayangan-tayangan sinetron religi justru banyak melanggar

[10]Ibid, hal: 204.

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

syariat, norma, dan moral agama melalui adegan-adegan yang bernuansa takhayul, mistik, permusuhan, kekerasan, amoralitas, dan berbagai adegan negatif lainnya yang menyimpang dari ajaran agama yang bermaksud direprentasikan. Akibat adegan-adegan negatif tersebut, sinetron (termasuk sinetron religi) adalah program televisi yang pada tahun 2009 paling sering mendapatkan teguran dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) yakni 31,3 persen atau 40 kasus.[11]

Dari berbagai macam sinetron yang bernuansa religi seperti Para Pencari Tuhan, Rahasia Ilahi, Maha Kasih, dan yang lainnya, peneliti lebih memilih sinetron "*Ustad Fotocopy*" yang disiarkan di Surya Citra Televisi (SCTV). Sinetron ini terlihat berbeda dan lebih unik dibandingkan sinetron lainya. Keunikan tersebut dapat dilihat dari penokohan dan karakter yang diperankan para pemainnya. Dari sisi penokohan, keunikan sinetron *Ustad Fotocopy* lebih banyak menampilkan sosok-sosok peran ustad yang tidak mumpuni dalam ilmu agama, misalnya suka berbohong, suka menghina orang sombong dan lain sebagainya. Banyak sekali ditemukan tingkah laku dan ungkapan negatif dalam sinetron *Ustad Fotocopy*. Salah satu contoh ungkapan negatif tercermin dalam adegan pertengkaran antara Ustad Safi'i dengan Ustad Makmur. Ustad Makmur merasa tersaingi dengan keberadaan Ustad Safi'i yang lebih mendapatkan hati di masyarakat. Keduanya saling menghina satu sama lain sehingga Ustad Makmur pun menghina Ustad Safi'i dengan ungkapan "*mulut comberan*".Ungkapan negatif juga terlontar dari

[11]Nashrudin, Fitriani, *Sinetron*, hal: 4-5

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

mulut Haji Jamal yang digambarkan sebagai sosok haji kikir dan suka menghina setiap orang yang ditemuinya. Salah satu ungkapan negatif yang dikeluarkan Haji Jamal adalah ketika dirinya bertemu dengan seorang lurah di kampungnya bernama Mustofa. Lurah Mustofa mencoba menawar tanah milik Haji Jamal, dengan nada mengejek dan merendahkan, Haji Jamal menolak tawaran tersebut serta dengan nada melecehkan, Haji Jamal menyebut kalau Lurah Mustofa adalah *lurah afkir* dan *lurah expired* yang sebentar lagi habis masa jabatannya. Berpangkal dari latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut ungkapan-ungkapan negatif dalam sinetron *Ustad Fotocopy* ditinjau dari etika dakwah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang masalah di atas, maka yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini adalah "Bagaimana ungkapan negatif dalam sinetron *Ustad Fotocopy* ditinjau dari etika dakwah?"

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah "Untuk mendeskripsikandan menganalisis ungkapan negatif dalam sinetron *Ustad Fotocopy* ditinjau dari etika dakwah?"

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

   Penelitianini diharapkan mampu menambah khasanah ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan komunikasi 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

memperluas cakrawala pengetahuan tentang sinetron dan perilaku keagamaan.

2. Secara Praktis

Bagi pelaku dakwah, hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan para *da'i* untuk tidak mempunyai sikap-sikap seperti yang ditampilkan dalam sinetron *Ustad Fotocopy* karena ustad merupakan sosok panutan bagi masyarakat. Bagi anak dan orang tua, penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan bahwa tidak selamanya menonton sinetron religi aman dari perilaku-perilaku negatif yang bisa mempengaruhi pola pikir anak.

Bagi produser, penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan dalam membuat tayangan sinetron Islami yang berkualitas dan tepat sasaran. Sedangkan bagi Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dalam melakukan kontrol sosial terhadap tayangan sinetron Islami yang ditayangkan stasiun televisi.

E. Definisi Konseptual

Konsep merupakan unsur pokok dari suatu penelitian yang menjelaskan mengenai beberapa konsep yang digunakan dalam penelitian. Penentuan dan perincian konsep sangat penting agar terhindar dari ketidak samaan interpretasi dan kekaburan makna. Penegasan dari suatu konsep yang terplih perlu adanya suatu penjelasan untuk menghindarkan salah

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

pengertian tentang arti konsep yang digunakan peneliti, karena suatu konsep masih perlu diterjemahkan dalam bentuk kata-kata sehingga dapat diukur secara empiris.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti membatasi konsep-konsep sehingga pemahaman menjadi jelas sebagai berikut:

a. Citra Negatif

Menurut G. Sach citra adalah pengetahuan mengenai kita dan sikap-sikap terhadap kita yang mempunyai kelompok-kelompok yang berbeda.[12]Pengertian citra ini kemudian disitir oleh Effendi bahwa citra adalah dunia sekeliling kita yang memandang kita.[13]

Menurut Bill Canton citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari public terhadap perusahaan. Kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi.[14]

Bertolak dari pengertian tersebut, Sukatendel berpendapat bahwa citra itudengansengajaperlu diciptakan agar bernilai positif.[15]

Sedangkan menurut Katz citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas.[16]

---

[12]Soleh Soemirat & Elvinaro Ardianto *Dasar-dasar Publik Relations* (andung : PT. Remaja Rosdakarya, 2007), hal: 171.
[13]Ibid, 171.
[14]Ibid, 111-112
[15] Ibid,112.
[16]Ibid,113.

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

Menurut Frank Jefkins citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya.[17]

Jalaludin Rakhmad mendefinisikan citra sebagai gambaran tentang realitas dan tidak harus sesuai dengan realitas, citra adalah dunia menurut persepsi.[18]

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian citra secara umum adalah merupakan sekumpulan keyakinan, ide, kesan, persepsi dari seseorang, suatu komunitas atau masyarakat terhadap suatu produk, merk, figure politik, organisasi, perusahaan, dan bahkan negara yang dibentuk melalui suatu proses informasi yang diperoleh melalui berbagai sumber. Citra dapat berubah menjadi buruk atau negatif, apabila kemudian ternyata tidak didukung oleh kemampuan atau keadaan yang sebenarnya.

Sebuah sinetron pun juga bisa menciptakan sebuah citra entah itu citra positif maupun negatifnya. Ada beberapa sinetron yang menampilkan adegan atau ungkapan negatif. Ungkapan dalam Kamus Bahasa Indonesia diartikan sebagai suatu perkataan atau kelompok kata yang khusus untuk menyatakan sesuatu maksud.[19]

Ungkapan dibagi menjadi dua yaitu ungkapan positif dan ungkapan negatif, ungkapan dikatakan positif jika memiliki makna yang lazim, baik, dan tidak mencela. Ungkapan diartikan negatif jika ungkapan itu

[17]Ibid, 114.
[18]Ibid,114.
[19]Martin dan Bhaskarra, 2002: 661.

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

mempunyai maksud yang tidak baik dan ungkapan itu ditujukan untuk mencela. Indikasi dari ungkapan negatif meliputi ejekan dan cacian serta berbagai ucapan kasar lainnya.

b. Sinetron

Menurut Arifin sinema elektronik yang kemudian dikenal dengan akronim sinetron merupakan cerita tentang kehidupan manusia secaradramatis dan disiarkan melalui televisi.[20] Istilah sinetron ini pertama kali dicetuskan oleh Soemardjono, salah satu pendiri dan mantan pengajar Institut Kesenian Jakarta. Pada umumnya sinetron mengangkat tema tentang percintaan, perjuangan dan tema religi (Islami). Jika dilihat dari tema, sinetron religi (Islami) cukup mendapatkan tempat di hati para penikmat sinetron. Indikasi dari sinetron adalah munculnya berbagimacam penayangan sinetron berseri dan berepisode.

c. Ustad Fotocopy

Ustadz Fotocopy merupakan sebuah sinetron yang ditayangkan di SCTV. Sinetron ini diproduksi oleh Screenplay Productions. Pemainnya antara lain ialah Ramzi, Aulia Sarah dan masih banyak lagi.Sinetron *Ustad Fotocopy* ini adalah sebuah sinetron yang mencoba mengangkat potret kejadian sosial yang kerap terjadi di masyarakat kita saat ini. Ceritanya dijamin tidak akan membosankan karena dikemas dalam bentuk drama komedi. [21]

---

[20]Anwar Arifin. *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hal: 105.

[21]http://www.slidegossip.com/sinopsis-html/ diakses pada tanggal 02-06-2015 pukul 11.56 WIB

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 sinetron ini, Ramzi berperan sebagai tokoh Ustadz Safii yang tiba-tiba dipanggil *Ustad* setelah dua tahun tidak pulang ke kampungnya.

F. Sistematika Pembahasan

BAB I: PENDAHULUAN. Berisi tentang latar belakang masalah yang membantu peneliti untuk memahami penelitian tentang "Ungkapan Negatif dalam Sinetron *Ustad Fotocopy* ditinjau Dari Etika Dakwah". Selain itu bab ini dilengkapi dengan Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Definisi Konseptual dan Sistematika Pembahasan.

BAB II: KERANGKA TEORITIK. Berisi kajian kepustakaan konseptual yang meliputi citra negatif, etika dakwah, sinetron ustad fotocopy, kajian tentang TV, kajian kepustakaan teoritik dan kajian penelitian terdahulu.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN. Bab ini menjelaskan secara rinci dan operasional tentang metode dan teknik yang akan digunakan dalam mengkaji subyek penelitian yaitu meliputi: pendekatan dan jenis penelitian, jenis dan sumber data, unit analisis, tahapan penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV: PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA. Berisi penyajian dan analisis data dari bab-bab sebelumnya, yang memuat tentang deskripsi obyek penelitian, penyajian data, dan analisis data.

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 V: PENUTUP. Bab ini merupakan bab terakhir pada penulisan skripsi yang terdiri dari kesimpulan dan saran-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