

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejak diciptakannya manusia pertama hingga diutusnya Nabi akhir zaman, dakwah sudah menjadi kewajiban bagi setiap manusia. Yakni sebuah perintah untuk menyeru manusia ke jalan Tuhan. Dakwah merupakan tugas suci yang bersifat teologi. Eksistensi dakwah tidak dapat dipungkiri oleh siapapun karena dakwah merupakan proses penyelamatan umat manusia dari berbagai persoalan yang merugikan kehidupannya (Enjang AS dan Aliyudin, 2009 : 1).

Dewasa ini dakwah sangat erat kaitannya dengan era globalisasi. Pada era ini manusia dapat dengan mudah melihat dunia melalui layar komputer. Sehingga sekat-sekat geografis tidak menjadi hambatan untuk mendapatkan informasi. Informasi tersebut mengalir dengan deras, berdaya jangkau luas serta dengan efek yang cukup massif sehingga berpengaruh terhadap berbagai aspek kehidupan baik itu budaya, politik, ekonomi maupun agama.

Aktivitas dakwah mendapat pengaruh yang cukup signifikan. Dimana saat ini juru dakwah atau da'i dituntut untuk dapat menggunakan media massa, baik itu media elektronik seperti televisi, radio; media cetak seperti buku, koran, majalah atau taloid; maupun media baru semacam internet (Onong Uchjana Effendi : 20).

Penggunaan media massa bagi juru dakwah memiliki kelebihan. Pesan dakwah yang disampaikan akan cepat tersebarluas. Semua orang dapat membaca,

mendengarkan bahkan mengakses pesan dakwah yang disampaikan. Jika dakwah hanya di atas mimbar saja, segelintir objek dakwah atau mad'u yang dapat mendengarkan pesan dakwah.

Selain itu dakwah di media massa memiliki daya jangkau yang cukup luas. Dimana madh'u dakwah bersifat heterogen, tidak tersekat jarak dan terlebih efek yang dihasilkan bersifat langsung. Media massa baik cetak maupun elektronik memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan dakwah Islam.

Penggunaan media massa elektronik seperti televisi dan radio dipandang mampu meningkatkan minat madh'u terhadap dakwah yang dilakukan. Biasanya, kategori madh'u dalam hal ini bersifat heterogen. Tidak tersekat jarak dan geografis.

Selain melalui media massa elektronik, kemunculan media cetak seperti buku, majalah, koran, memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan dakwah islam. Sifat media cetak yang terdokumentasikan menjadikan dakwah islam dapat diakses tidak terbatas oleh waktu. Artinya kapanpun materi-materi dakwah bisa diingat kembali dan dapat dikaji ulang. Disamping itu da'i berperan untuk menaikkan minat mad'u pada membaca.

Humor menjadi sebuah kebutuhan dalam aktivitas dakwah yang dipandang mampu menyedot perhatian mad'u. Digunakannya Humor sebagai salah satu media berdakwah menjadi satu pemikiran kita bersama. Bagaimana geliat dakwah dengan sisipan humor didalamnya mampu mewujudkan sebuah konsepsi pemahaman akan keislaman dari mereka (mad'u) yang menjadi sasaran dakwah dilakukan. Sejauh mana mad'u paham dengan pesan dakwah yang disampaikan

seorang da'i tatkala humor disisipkan sebagai sebuah *joke-joke* cerdas nan penuh hikmah. Apalagi budaya masyarakat Indonesia yang hampir sebagian besar menyukai Humor menjadi satu peluang tersendiri bagaimana kesuksesan dakwah dapat di raih dengan menyisipkan humor dalam proses transmisi pesan keislaman yang dilangsungkan.

Setidaknya humor memiliki empat kriteria. Pertama edukasi, yakni humor yang memiliki kandungan pesan mendidik dan membawa misi pencerahan. Kedua kritis, yakni humor yang menstimulus mad'u untuk melakukan analisis atas sejumlah ketimpangan dan ketidakseimbangan realitas kehidupan. Ketiga tidak rasis, yakni humor yang tidak berisi hinaan, penodaan dan citraan stigmatis atas seseorang, lembaga, agama, ras atau golongan. Keempat tidak pornografis, yakni humor yang tidak mengeksploitasi tubuh dan sensasional badaniyah melalui pembicaraan jorok dan porno (Aang Ridwan, 2013 : 32-35).

Tradisi humor berawal dari tradisi lisan lalu menjadi tulisan yang terbukukan. Kemudian bergerak menjadi sebuah pertunjukan panggung yang menyedot perhatian, sampai menjadi menu segar pada layar kaca dan film layar lebar. Endingnya humor menjadi kebutuhan plus karakter komunitas masyarakat tertentu (Aang Ridwan, 2013 : 1).

Salah satunya, kehadiran buku *Drunken Monster* karya Pidi Baiq cukup menyedot perhatian para pembaca. Buku ini dipandang memiliki *sense of humor* yang tinggi yang dalam beberapa bagian jika di baca secara apik syarat dengan muatan nilai-nilai dakwah.

Di judul “jalan ke mana-mana” pada paragraf ke 3 terakhir halaman 68 secara halus Pidi Baiq bertanya kepada tukang minuman tentang ada tidaknya Tuhan. Berikut kutipan dialog antara Pidi Baiq dan Tukang minuman.

“Mang, menurut, Emang, Tuhan itu ada gak?”

“He he. Ada lah, mas!”

“Menurut saya juga ada, Mang,” saya bersiap untuk pergi. “Ya udah, Mang. Keren *Euy*, saya bertemu dengan orang yang sama percaya pada Tuhan juga. *Mangga, Mang!*”

“*Monggo, Mas. Maturnuwun!*”

Tahu tidak siapa Tuhan yang saya maksud? Dia adalah Allah Subhanahuwat’ala. Namanya suka ada di tembok-tembok mesjid.

Kemudian di judul “Jalan-jalan Minggu” paragraf ke 5 halaman 74, Pidi berdialog dengan tukang parkir ketika memarkirkan motornya dan diberikan nomor 32 oleh tukang parkir itu.

“Oh? Boleh minta nomor yang lain enggak, A?” tanya saya.

“Boleh,” jawabannya sambil lalu mencarinya. “Nomor berapa, Kang?” dia nanya

“ini, Kang,” si Juru Parkir kasih saya kartu bernomor 73.

“Hah? Emangnya ini nomor cantik gitu?”

“Nomor cantik, Kang,” dia berkata dengan di mulutnya ada sedikit senyuman, dia pasti tidak tahu disangkanya itu manis.

“ah, 73! Apan?!”

“Kenapa, Kang?”

“Tau enggak? Nanti itu ya, A, agama akan terbagi ke dalam tujuh golongan. Hanya ada satu agama yang benar, yang akan diterima di sisi Allah.”

Kedua dialog di atas berisikan tentang nilai-nilai ketauhidan. Secara tidak langsung nilai-nilai dakwah tersampaikan pada dialog tersebut.

Oleh karena itu, peneliti mencoba meneliti tentang pesan dakwah yang disampaikan dalam buku Pidi Baiq dengan gaya-gaya humorisnya. Dengan

demikian, fokus peneliti membatasi pada Pesan Moral dalam Buku Komedi Populer, Analisis Wacana buku *Drunken Monster* karya Pidi Baiq.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang dipaparkan di atas, dapat dirumuskan bahwa inti permasalahan yang akan dianalisis dalam penelitian ini mengenai pesan moral yang ada di buku *Drunken Monster* karya Pidi Baiq. Dari permasalahan di atas diajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana struktur mikro pesan moral dalam buku *Drunken Monster* ?
2. Bagaimana superstruktur pesan moral dalam buku *Drunken Monster* ?
3. Bagaimana struktur makro pesan moral dalam buku *Drunken Monster* ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui struktur mikro pesan moral dalam buku *Drunken Monster*.
2. Untuk mengetahui superstruktur pesan moral dalam buku *Drunken Monster*.
3. Untuk mengetahui struktur makro pesan moral dalam buku *Drunken Monster*.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan khazanah keilmuan, ilmu dakwah khususnya ilmu dakwah yang merupakan ilmu penunjang di Fakultas Dakwah dan Komunikasi, selain itu sebagai sumbangan pemikiran bagi peneliti yang akan melakukan penelitian lebih lanjut.

2. Kegunaan Praktis

Diharapkan dengan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan kajian bagi penulis sendiri, kemudian bagi masyarakat bahwasannya dakwah itu dapat kita temukan dalam media buku sekalipun dan mendorong agar para pegiat dakwah agar senantiasa berinovasi agar dakwah senantiasa dikemas semenarik mungkin.

E. Kerangka pemikiran

Komunikasi adalah suatu proses mengenai pembentukan, penyampaian, penerimaan dan pengolahan pesan. Pesan merupakan produk nyata dari komunikasi. Pesan berupa lambang-lambang yang menjalankan ide atau gagasan, sikap, perasaan, praktik atau tindakan. Pesan bisa berbentuk kata-kata tertulis, lisan, gambar, angka, benda, gerak-gerik, atau tingkah laku dan berbentuk tanda lainnya (Aang Ridwan, 2013 : 99).

Harold Lasswell (Mulyana, 2000 : 637) mengatakan bahwa pesan sejatinya merupakan apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima berupa seperangkat simbol verbal atau non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud sumber.

Dengan demikian, pesan adalah materi yang akan dikomunikasikan berupa gagasan, tindakan, perasaan, nilai, untuk menyampaikan suatu maksud. Dalam proses dakwah, pesan menjadi bagian dari unsur dakwah yang signifikan dalam menentukan kesuksesan suatu dakwah islam.

Dalam prosesnya, dakwah menekankan pada penyampaian pesan dakwah dengan mempertimbangkan metode, media, dan pesan yang disesuaikan dengan

kondisi mad'u (khalayak atau sasaran dakwah). Ahmad Ghalwusy (Enjang dan Aliyudin, 2010 : 8) mengatakan bahwa dakwah adalah menyampaikan pesan Islam kepada manusia di setiap waktu dan tempat dengan metode-metode dan media-media yang sesuai dengan situasi dan kondisi para penerima pesan dakwah (khalayak dakwah).

Dakwah berfungsi menyeru dan menyampaikan pesan islam yang bersumber dari Al Qur'an dan Hadits melalui penyampaian baik berupa pesan verbal dan non verbal. Dalam tataran praktisnya, dakwah disampaikan menggunakan media lisan (*bil lisan*) maupun tulisan (*bil qalam*).

Secara etimologis, dakwah berasal dari bahasa arab : *da'a-yad'u-da'watan* yang berarti : mengajak, menyeru dan memanggil. Secara terminologis, menurut M. Nasir (Samsul Munir Amin, 2008 : 5) :

Dakwah adalah usaha-usaha menyerukan dan menyampaikan kepada perorangan manusia dan seluruh umat manusia konsepsi islam tentang pandangan dan tujuan hidup manusia di dunia ini, dan yang meliputi *amar ma'ruf nahyi munkar* dengan berbagai macam cara dan media yang diperbolehkan akhlak dan membimbing pengalamannya dalam perikehidupan bermasyarakat dan perikehidupan bernegara.

Syekh Ali Mahfuz (Enjang dan Aliyudin, 2010 : 6) menyatakan bahwa dakwah adalah sebagai upaya membangkitkan kesadaran manusia di atas kebaikan dan bimbingan, menyuruh berbuat ma'ruf dan mencegah perbuatan munkar supaya mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

Inti dari pesan dalam sebuah dakwah adalah segala sesuatu, baik itu gagasan, perasaan, dan tindakan yang berisi nilai-nilai keilahian, ideologi, dan internalisasi ajaran-ajaran islam yang termanifestasikan secara aktual dalam kehidupan manusia.

Sukses tidaknya sebuah dakwah dapat dilihat dari timbal balik *mad'u* (khalayak dakwah) terhadap pesan yang disampaikan. Sejauh mana *mad'u* memahami dan mengamalkan pesan dakwah yang disampaikan seorang *da'i*.

Dengan demikian, dakwah dalam tataran praktisnya, dapat disampaikan dengan menggunakan beragam media dan cara tertentu baik secara lisan (*bil lisan*) maupun tulisan (*bil qalam*).

Media dalam dakwah merupakan urat nadi yang keberadaannya sangat *urgent* dan dapat menentukan perjalanan dakwah. Menurut Muhammad Said Mubarak (Enjang dan Aliyudin, 2010 : 94) media adalah alat yang menjadi perantara untuk menyampaikan sesuatu kepada yang dituju. Dalam hal ini, baik Ceramah, diskusi, loka karya, penulisan karya ilmiah, film, maupun humor adalah beberapa cara yang seringkali digunakan sebagai media untuk menyampaikan dakwah.

Humor sebagai salah satu cara berkomunikasi manusia dapat pula dijadikan sebagai sisipan dalam menyebarkan risalah islam. Humor sering kali digunakan sebagai sarana untuk melepas penat dan ketegangan jiwa. Humor dapat dipahami sebagai upaya untuk mencairkan darah (*sanguis*) agar mengalir stabil dan seimbang di dalam tubuh yang bisa mencipta suasana hati untuk *sanguin* yakni lahirnya *sense of humor* hingga lahir tawa, suasana riang, gembira, senang, bahagia (Aang Ridwan, 2013 : 3).

Dalam Ensiklopedi Wikipedia, humor diartikan "*The tendence of particular cognitive experience to provoke laughter and provide amusement*"

(sebuah kecenderungan dari pengalaman kognitif tertentu untuk memprovokasi tawa dan memberikan hiburan.

Merujuk pada apa yang disampaikan oleh Arwah Setiawan (Rahmandji, 2007) menegaskan bahwa humor merupakan rasa atau gejala yang merangsang kita untuk tertawa atau cenderung tertawa secara mental, ia bisa berupa rasa, atau kesadaran, di dalam diri kita (*sense of humor*); bisa berupa suatu gejala atau hasil cipta dari dalam maupun dari luar diri kita.

Humor yang baik adalah humor yang memiliki kandungan pesan mendidik dan membawa misi pencerahan. Dengan kata lain humor yang memiliki intelektualitas tinggi yang bukan hanya mengundang gelak tawa tanpa ada makna di dalamnya.

Sering kali seorang da'i menyisipkan humor-humor segar dalam menyampaikan pesan islam. Tatkala humor disisipkan, sebagian besar mad'u tertawa bahkan sampai terbahak-bahak tak terkendali. Pertanyaanya, ketika humor disisipkan dalam dakwah apakah mad'u paham dengan makna yang terkandung di dalamnya? Tak sedikit pula, dakwah yang dilakukan dengan menyisipkan humor menimbulkan efek yang tidak diharapkan. Bisa jadi mad'u lebih mengingat dan memahami humornya itu di banding pesan dakwah yang disampaikan.

Rasulullah saw. pernah melakukan humor. Pada waktu itu ada orang tua yang bertanya kepada Rasul.

وَقَالَ عَبْدُ بْنُ حُمَيْدٍ : حَدَّثَنَا مُصْعَبُ بْنُ الْمُقْدَامِ، حَدَّثَنَا الْمُبَارَكُ بْنُ فَضَالَةَ، عَنِ
الْحَسَنِ قَالَ : أَنْتَ عَجُوزٌ فَقَالَتْ : يَا رَسُولَ اللَّهِ، أَدْعُ اللَّهَ أَنْ يَدْخُلَنِي الْجَنَّةَ. فَقَالَ : يَا

أُمُّ فُلَانٍ، إِنَّ الْجَنَّةَ لَا تَدْخُلُهَا عَجُوزٌ. قَالَ : فَوَلَّتْ تَبْكِي، قَالَ : اِخْبِرُوهَا أَنَّهَا لَا تَدْخُلُهَا وَهِيَ عَجُوزٌ، إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى يَقُولُ : (إِنَّا أَنْشَأْنَاهُنَّ إِنْسَاءً. فَجَعَلْنَاهُنَّ أَبْكَارًا)

Dan berkata Abu Humaid telah menceritakan kepadaku Mus'ab bin Miqdam, telah menceritakan kepadaku Mubarak bin Fadilah, dari Hasan ia telah berkata : telah datang orang tua bertanya : wahai Rasulullah apakah aku masuk surga ? maka Rasul berkata : wahai Fulan, sesungguhnya surga itu tidak dimasuki oleh orang tua. Ia berkata sehingga ia menangis. Rasul berkata : beritahukanlah kepadanya, sesungguhnya surga itu tidak dimasuki oleh orang tua, sesungguhnya Allah telah berfirman : (sesungguhnya kami ciptakan (bidadari-bidadari) dengan langsung, dan kami jadikan mereka gadis-gadis perawan) (Ibnu Katsir : 532).

Rasulullah saw juga memperingatkan kepada kita dalam berhumor.

Sebagaimana sabdanya :

عَنْ بَهْزِ بْنِ حَكِيمٍ عَنْ أَبِيهِ عَنْ جَدِّهِ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ص (وَيْلٌ لِلَّذِي يُحَدِّثُ فَيَكْذِبُ لِيُضْحِكَ بِهِ الْقَوْمَ، وَيَيْلٌ لَهُ، ثُمَّ وَيْلٌ لَهُ) اَخْرَجَهُ الثَّلَاثَةُ وَاسْنَادُهُ قَوِي

Dari Bahz bin Hakim, dari bapaknya, dari ayahnya dari kakeknya Radliyallaahu 'anhu bahwa Rasulullah Shallallaahu 'alaihi wa Sallam bersabda: "Celakalah orang yang berbicara padahal ia bohong untuk sekedar membuat orang-orang tertawa celakalah dia kemudian celakalah dia." Riwayat Imam Tiga dan sanadnya kuat (A.Hassan, 2006 :688).

Dakwah bukan saja menyampaikan pesan islam melalui mimbar dalam makna dakwah secara umum, lain daripada itu dakwah bisa dilakukan dengan menggunakan media tulisan, media seni dan budaya, termasuk di dalamnya menggunakan lelucon atau *joke-joke* lucu yang sarat dengan hikmah-hikmah hidup bagi manusia.

Dikarenakan buku sebagai medium komunikasi yang menyampaikan pesan kepada pembaca. Dengan kata lain, buku adalah media yang mengungkap wacana. Wacana tersebut dituliskan dalam tema yang dijelaskan dengan uraian secara skematis.

Ada lima langkah dalam penyusunan pesan yang dikemukakan oleh Alan H Monroe (Jalaluddin Rakhmat 2008 : 297) yakni : *attention* (perhatian), *need* (kebutuhan), *Satisfaction* (pemuasan), *visualitation* (visualisasi), *action* (tindakan). Untuk mengetahui pesan dalam buku, maka penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *analisis wacana*.

Wacana atau *discourse* menurut Dede Oetomo (Mulyana 2005 : 4) berasal dari bahasa latin "*discursus*" yang berarti "lari kesana kemari", "lari bolak-balik". Kata ini diturunkan dari kata "*dis*". Jadi, *discursus* berarti "lari dari arah yang berbeda".

Sedangkan menurut Anton M. Moeliono (Mulyana, 2005 : 5) wacana adalah rentetan kalimat yang berkaitan yang menghubungkan proposisi yang satu dengan yang lainnya dalam kesatuan makna.

Dalam buku Eriyanto yang berjudul analisis wacana, terdapat model analisis wacana Van Dijk. Model ini paling banyak dipakai. Hal ini kemungkinan karena Van Dijk mengelaborasi elemen-elemen wacana sehingga bisa didayagunakan dan dipakai secara praktis (Eriyanto, 2011 : 221).

Van Dijk membagi tiga struktur/tiga tingkatan untuk melihat suatu teks yang masing-masing struktur tersebut saling mendukung, diantaranya (Eriyanto 2011 : 227) :

1. Struktur Makro : makna global/umum dari suatu teks yang dapat diamati dengan melihat topik/tema yang dikedepankan dalam suatu teks.
2. Superstruktur : kerangka suatu teks, bagaimana bagian-bagian teks tersusun secara utuh, seperti bagian pendahuluan, isi, penutup, dan kesimpulan.
3. Struktur Mikro : makna wacana yang dapat diamati dari bagian kecil dari suatu teks yakni kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, paraprase dan gambar.

Struktur/elemen wacana yang dikemukakan van Dijk ini dapat digambarkan sebagai berikut :

Tabel 1.1 Elemen Wacana Van Dijk

| Struktur Wacana | Hal yang diamati | Elemen |
|------------------------|---|--|
| Struktur Makro | TEMATIK (Tema/topik yang dikedepankan dalam suatu teks) | Topik |
| Superstruktur | SKEMATIK (Bagaimana bagian dan urutan teks diskemakan dalam teks utuh) | Skema |
| Struktur Mikro | SEMANTIK (Makna yang ingin ditekankan dalam teks) | Latar, detail, maksud, praanggapan, nominalisasi |
| Struktur Mikro | SINTAKSIS (Bagaimana kalimat [bentuk, susunan] yang dipilih) | Bentuk Kalimat, koherensi, kata ganti |
| Struktur Mikro | STILISTIK (Bagaimana pilihan kata yang dipakai dalam teks) | Leksikon |
| Struktur Mikro | RETORIS (Bagaimana dan dengan cara apa penekanan dilakukan) | Grafis, Metafora, ekspresi |

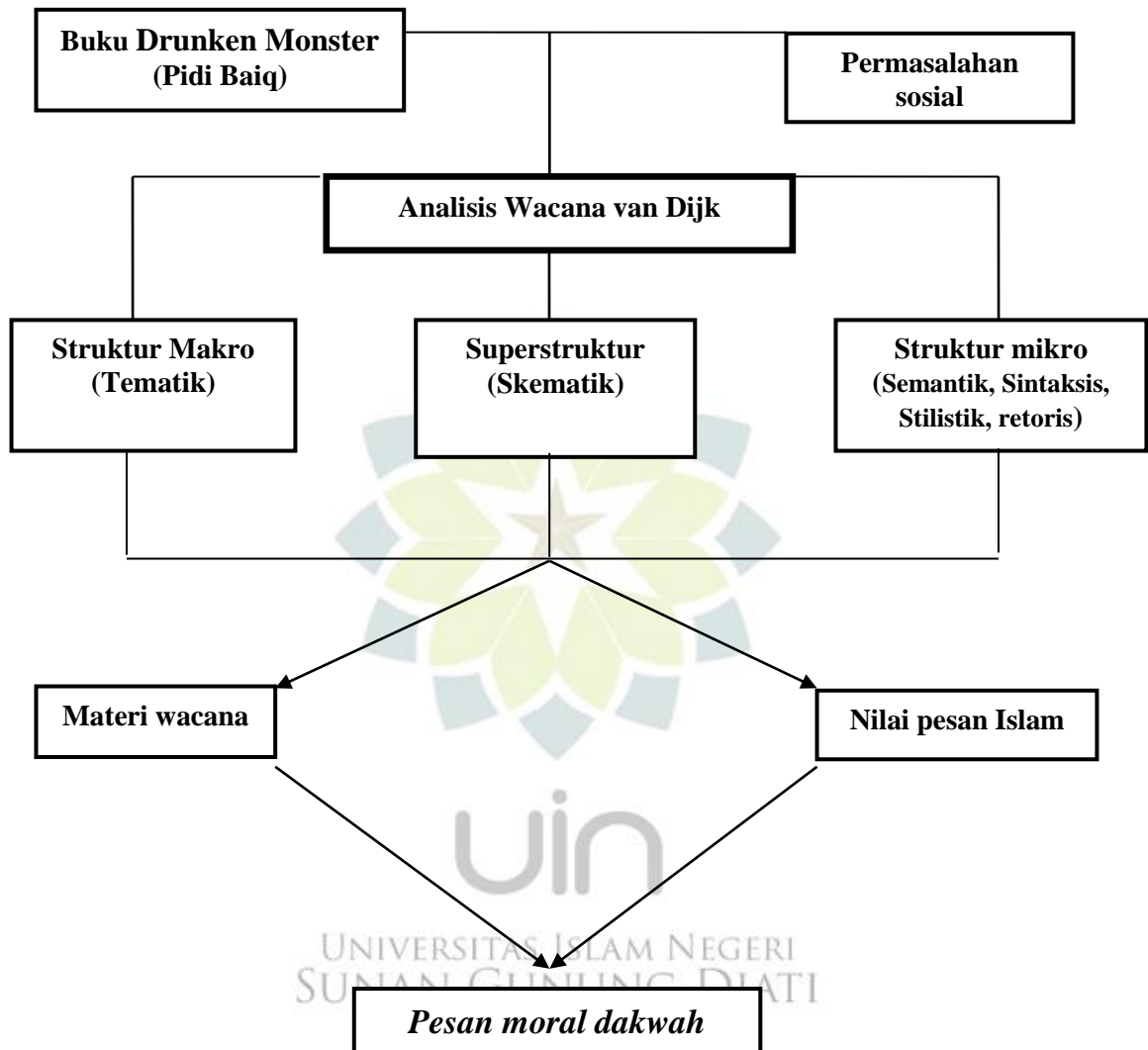
Sumber: Dikutip dari (Eriyanto, 2011 : 228-229).

Berikut penjelasannya secara singkat :

1. Tematik adalah gambaran umum dari suatu teks atau bisa juga disebut gagasan inti, ringkasan atau yang utama dari suatu teks.
2. Skematik adalah alur bagian-bagian dalam teks yang disusun dan diurutkan sehingga membentuk kesatuan arti.
3. Semantik adalah disiplin ilmu bahasa yang menelaah makna satuan bahasa, baik makna leksikal maupun makna gramatikal.
4. Sintaksis, merupakan bagian atau cabang dari ilmu bahasa yang membicarakan seluk-beluk wacana, kalimat, klausa dan frase.
5. Stilistik adalah cara yang digunakan seorang pembicara atau penulis untuk menyatakan maksudnya dengan menggunakan bahasa sebagai gaya bahasa.
6. Retoris, adalah gaya yang diungkapkan ketika seseorang berbicara atau menulis. Misalnya pemakaian kata yang berlebihan (hiperbolik). Retoris mempunyai arti persuasif yang berhubungan erat dengan bagaimana pesan itu hendak disampaikan kepada khayalak. Dalam teks ini ditampilkan dengan penggambaran detail berbagai hal yang ingin ditonjolkan (Alex Sobur : 75-84).

Dari model analisis wacana van Dijk inilah, maka dapat dijadikan sebagai indikator dalam pengkajian pesan moral yang termuat dalam buku *Drunken Monster* karya Pidi Baiq.

Adapun kerangka konseptual dapat digambarkan sebagai berikut :



F. Langkah-langkah penelitian

Adapun langkah-langkah penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut (Fak. Dakwah dan Komunikasi, 2013 : 77-86) :

1. Objek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah kumpulan materi yang terkandung dalam buku berjudul *Drunken Monster* karya Pidi Baiq tahun 2013 dengan penerbit

Pastel Books. Peneliti tertarik meneliti buku karya Pidi Baiq ini karena Pidi Baiq mampu menyampaikan pesan dakwah (berfokus pada moral) melalui buku homornya itu. Selain itu, di jurusan KPI belum ada yang meneliti tentang pesan moral dalam buku humor karya Pidi Baiq.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis wacana. Secara singkat analisis wacana adalah suatu metode untuk mengkaji wacana yang terkandung di dalam pesan-pesan komunikasi baik secara tekstual maupun kontekstual (Pawito, 2008: 170). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk melakukan pengamatan dan analisis secara mendalam terhadap topik yang akan diteliti.

3. Jenis Data

Jenis data pada penelitian ini adalah berupa pertanyaan diantaranya :

- Bagaimana struktur mikro pesan moral dalam buku *Drunken Monster* ?
- Bagaimana superstruktur pesan moral dalam buku *Drunken Monster* ?
- Bagaimana struktur makro pesan moral dalam buku *Drunken Monster* ?

Jenis data terbagi kepada dua. Ada jenis data primer dan jenis data skunder.

- a. Jenis data primer adalah segala informasi yang berkaitan dengan masalah penelitian yang bersumber dari tangan pertama.
- b. Jenis data skunder adalah segala informasi yang berkaitan dengan masalah penelitian yang bersumber dari tangan kedua.

4. Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

- a. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah buku *Drunken Monster* karya Pidi Baiq, dengan materi yaitu ;

| Judul | Halaman |
|----------------------|----------------|
| Drunken Monster | 39 |
| Jalan ke Mana-Mana | 55 |
| Jalan-Jalan Minggu | 71 |
| Institut Tahi Burung | 109 |
| Mangga Monyet | 145 |

- b. Sumber data sekunder adalah karya-karya Pidi Baiq selain buku *Drunken Monster*, berikut buku-buku lainnya sebagai bahan pustaka untuk menunjang penelitian ini.

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi (Fak. Dakwah dan Komunikasi, 2013 : 85). Yakni proses pengumpulan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Ia berupa buku, catatan, arsip, surat-surat, majalah, surat kabar, jurnal, laporan penelitian, dan lain-lain.

6. Analisis Data

Analisis peneliti menggunakan pendekatan analisis wacana yang mencoba menggali makna yang terkandung dalam sebuah teks. Adapun data yang diperoleh dalam penelitian ini dianalisis secara kualitatif, yaitu analisis yang

dilakukan secara sistematis dan objektif. Hal ini dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Mengklasifikasikan data sesuai dengan tujuan penelitian.
- b. Menginterpretasi data sesuai dengan tujuan penelitian yang berpacu kepada model analisis wacana van Dijk.
- c. Mengambil kesimpulan berdasarkan hasil interpretasi isi buku.

