

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan bermasyarakat, khususnya umat Islam, telah diketahui bahwa dakwah mempunyai kedudukan yang amat penting. Dengan dakwah, dapat disampaikan serta dijelaskan mengenai ajaran Islam kepada masyarakat sehingga mereka dapat mengetahui mana yang haq dan mana yang batil. Peranan dakwah bukan hanya sebatas agar umat dapat mengetahui dan membedakan tetapi dakwah juga dapat mempengaruhi masyarakat untuk menyukai hal yang baik serta dapat menjauhi apa saja yang tidak benar yang terjadi dalam masyarakat. Dakwah tidak lagi menyampaikan agama dalam arti sempit, tetapi dakwah sekarang ini, ditantang untuk menerjemahkan nilai-nilai kebenaran agama dalam lingkungan masalah-masalah sosial kaum beragama.

Kerawanan moral dan etika itu muncul semakin transparan dalam bentuk kemaksiatan karena disokong oleh kemajuan alat-alat teknologi informasi mutakhir seperti siaran televisi, dan jaringan Internet. Kemaksiatan di masyarakat sekitar dengan seiringnya waktu telah mengalami peningkatan kualitas dan kuantitas, seperti maraknya perjudian, minuman keras, dan tindakan kriminal, serta menjamurnya tempat-tempat hiburan, baik siang atau malam, yang semua itu diawali dengan penjualan dan perdagangan budaya moral dan rasa malu.

Kemajuan teknologi dalam berbagai bidang tidak boleh kita biarkan lewat begitu saja. Kita harus berusaha mencegah dan mengantisipasi dengan memperkuat benteng pertahanan akidah yang berpadukan ilmu dan teknologi. Tidak sedikit korban yang berjatuh yang membuat kemuliaan Islam semakin terancam. Akan tetapi kemajuan ilmu dan teknologi seperti sekarang ini jangan dipandang sebagai hal yang membawa kerugian semata, tetapi justru kita harus bias ikut memanfaatkan sarana yang ada untuk menyebarkan dakwah Islam. Pada zaman sekarang ini banyak media yang biasa kita manfaatkan baik media cetak seperti surat kabar, majalah, tabloid ataupun media elektronik, seperti radio, televisi, internet, dan lain-lain. Dan media-media ini bias kita jadikan sebagai media yang dapat merefleksikan nilai-nilai keislaman kepada umat Islam sebagai sasaran media.

Islam sebagai agama yang paling sempurna yang diturunkan oleh Allah SWT kepada nabi Muhammad SAW sebagai rahmat bagi seluruh alam yang akan membawa keselamatan dan kebaikan baik di dunia maupun di akhirat berdasarkan Al-Quran dan Sunnah. Hal ini membuktikan perlunya diadakan dakwah Islamiyah yaitu sebuah upaya yang merubah sesuatu realitas sosial yang tidak sesuai dengan ajaran Allah SWT kepada realitas sosial yang Islami dengan cara-cara yang telah digariskan oleh Allah dalam Al-Quran dan Ass-Sunnah. Dengan demikian maka dakwah memiliki arti yang sangat penting dalam kehidupan manusia, karena macetnya roda dakwah berarti berhentinya control terhadap gerakan masyarakat kearah kondisi yang lebih baik.

Pada tingkatan lingkungan masyarakat, media masa merupakan salah satu alat untuk merefleksikan nilai-nilai keislaman baik pada skala individu maupun skala sosial. Media massa ikut mewarnai perubahan di masyarakat, yaitu dengan menyadarkan masyarakat tentang realitas yang tengah berkembang dan nilai-nilai baru. Aktifitas keagamaan yang dilaksanakan dengan cara mentransformasikan pesan-pesan agama melalui media massa (media cetak) merupakan bentuk manifestasi dan aplikasi dalam menyeru kepada kebaikan (*ma'ruf*) dan mencegah pada keburukan (*munkar*). Bentuk *transformasi* pesan-pesan agama tersebut bias dilakukan melalui tulisan-tulisan, seperti karya tulis, kolom rubrik, atau artikel dan sebagainya. Salah satu media cetak sebagai hasil pengembangan ilmu dan teknologi adalah Majalah yang memiliki pengaruh luas dimasyarakat. Majalah termasuk media massa cetak memiliki ciri tersendiri dalam proses penyampaian informasi atau pesan. Pemanfaatan majalah sebagai media penyampaian pesan-pesan dakwah Islam merupakan hal yang tepat. Bertolak dari kenyataan di masyarakat yang banyak mengandalkan majalah sebagai media informasi.

Kehadiran Majalah Percikan Iman yang beralamat di jalan Biduri No. 9 Buah Batu Bandung 40265 Telp/Fax: (022)7302389 Hotline Redaksi (022)70360505 Hotline Marketing (022)70780148 turut menyemarakkan dunia pers Indonesia khususnya di Jawa Barat. Hal ini tentu merupakan sumbangan kekayaan wacana Islam bagi masyarakat melalui majalah. Majalah Percikan Iman merupakan media alternatif untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada khalayak pembaca, dan memiliki potensi untuk

tetap *responsif* dan *antisipatif* terhadap persoalan-persoalan aktual yang berkaitan dengan masalah umat Islam. Hal itu tercermin dari salah satu rubriknya yang bernama "Bedah Masalah". Isi rubrik kita yang disampaikan menyuguhkan berbagai solusi alternatif sebagai langkah yang seharusnya ditempuh umat Islam dalam menghadapi berbagai persoalan.

Tentunya pembuatan rubrik Bedah Masalah ditunjukan untuk menjadi pendorong meningkatnya pemahaman dan pengamalan nilai-nilai Islami di kalangan masyarakat. Namun demikian, pesan dakwah *bi al-qalam* yang ditunjukan untuk khalayak umum dengan tingkat pemahaman yang berbeda haruslah ditulis dengan teknik penulisan umum yang baik dan benar. Hal ini karena menulis bukan sekedar menuangkan bahasa ujaran kedalam tulisan tapi merupakan mekanisme gagasan ide yang harus ditulis dengan struktur yang benar, memiliki koherensi antara paragraf dan bebas dari kesalahan-kesalahan ejaan dan tanda baca.

Sejalan dengan misi penelitian yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah menyorot tentang tulisan-tulisan dalam rubik Bedah Masalah yang dimuat dalam Majalah Percikan Iman, terutama yang menyangkut pembahasan pesan-pesan dakwah, meliputi deskripsi isi pesan, sistematika pesan, dan kategoris pesan. Pesan yang ditulis harus sistematis dan terorganisir sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami secara jelas oleh pembaca. Bertolak dari hal inilah timbul suatu pertanyaan bagaimana pesan dakwah yang disampaikan dalam rubik bedah masalah percikan iman?

B. Rumusan Masalah

Melihat dari latar belakang masalah yang diatas, maka dapat diajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana deskripsi pesan-pesan dakwah rubrik Bedah Masalah pada Majalah Percikan Iman ?
2. Bagaimana sistematika pesan-pesan dakwah rubrik Bedah Masalah pada Majalah Percikan Iman ?
3. Bagaimana kategorisasi penyajian pesan-pesan dakwah rubrik Bedah Masalah pada Majalah Percikan Iman ?
4. Bagaimana imbauan pesan dakwah rubrik Bedah Masalah Majalah Percikan Iman

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui deskripsi pesan-pesan dakwah rubrik Bedah Masalah pada Majalah Percikan Iman.
2. Mengetahui sistematika pesan-pesan dakwah rubrik Bedah Masalah pada Majalah Percikan Iman.
3. Mengetahui kategorisasi penyajian pesan-pesan dakwah rubrik Bedah Masalah pada Majalah Percikan Iman.
4. Mengetahui imbauan pesan dakwah rubrik Bedah Masalah Majalah Percikan Iman

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Akademis;

Berguna sebagai sumbangsih keilmuan bagi civitas akademik dilingkungan UIN Sunan Gunung Djati Bandung, khususnya Fakultas Dakwah dan Komunikasi lebih khususnya bagi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam bagi kekayaan ilmiah dalam hal pengkajian metode dakwah melalui media massa khususnya Majalah. Baik untuk perbandingan maupun rujukan bagi penelitian sejenisnya.

2. Secara Praktis ;

Hasil analisisnya diharapkan bisa bermanfaat bagi Redaksi Percikan Iman sebagai masukan untuk meningkatkan dakwah *bi alqalam*. Serta menunjukkan kepada khalayak pembaca media akan pentingnya meneliti dan menelaah sumber-sumber informasi sebagai salah satu sarana untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman terhadap nilai-nilai Islam.

E. Kerangka Teoritis

Kata “Dakwah” berasal dari kata “*Da’a, yad’u, da’watan*” yang berarti memanggil, menyeru, mengajak atau berdo’a. (Enjang AS dan Aliyudin, 2009:3). Namun pengertian umum dakwah yang dimaksud disini adalah panggilan, seruan atau ajakan untuk menyeru manusia mengakui kebesaran Allah Yang Maha Kuasa serta perlunya manusia hidup berlandaskan peraturan yang ditetapkan dalam Al-Qur’an dan as-Sunnah. Hal ini adalah inti pati dakwah bagi membina manusia yang bertakwa kepada Allah dalam arti kata yang sebenarnya dan seluas-luasnya.

Isyarat ayat-ayat Qur'an yang berkenaan dengan hal ini menegaskan keberadaan gagasan, visi, misi, dan prinsip dakwah dalam Al-Qur'an.

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ

وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

“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.” (Depag, 2008:63)

Berdasarkan ayat di atas, secara khusus seorang muslim mempunyai tanggungjawab moral untuk hadir ditengah-tengah kehidupan sosial masyarakat sebagai figur bukti dan saksi kehidupan Islam, umat pilihan yang mampu merealisasikan nilai-nilai Illahi, yaitu menyatakan dan menyerukan kebaikan sebagai kebenaran yang mendasar dan universal. Dalam ayat di atas, Al-Quran mengisyaratkan bahwa diantara orang-orang muslim perlu ada sekelompok orang yang secara khusus mendalami ilmu pengetahuan yang perlu diproyeksikan sebagai pencerah, pembawa angin segar kehidupan, peringatan, dan motivator bagi pembangunan masyarakat, sehingga tampaklah para pemimpin umat yang berperan membawa masyarakatnya ke arah pembinaan dan perbaikan masa depannya.

Oleh karena itu dakwah merupakan tugas yang mulia dan penting serta kewajiban bagi setiap muslim, Dalam firmanNya Allah Surat Al-Imran: 110 memerintahkan umat Islam untuk melaksanakan dakwah, yaitu sebagai berikut:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ

وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ ءَامَنَ أَهْلُ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ ۚ مِنْهُمْ

الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ﴿١١٠﴾

“Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. sekiranya ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik.” (Depag, 2008:64)

Melaksanakan dan menganjurkan yang ma'ruf yaitu nilai-nilai kebenaran serta menjauhi dan mencegah kemunkaran. Substansi dari dakwah itu sendiri adalah adanya pesan moral dan misi suci tentang nilai kebenaran, kebaikan, dan kesucian sebagai hidayah illahi yang perlu terus menerus di perjuangkan. Hal ini mengisyaratkan bahwa kegiatan dakwah perlu dilakukan secara sistematis, serius, professional dan proposional. (Aep Kusnawan, 2004:13). Merembaknya media massa dewasa ini, khususnya media cetak, seperti surat kabar, tabloid dan majalah merupakan salah satu wujud dari era informasi dan keterbukaan. Semua pesan dari media massa dikonsumsi oleh masyarakat serta

menjadi bahan informasi dan referensi pengetahuan mereka. (Aep Kusnawan, 2004:23).

Hal ini sejalan dengan model komunikasi Agenda Setting yang dikemukakan oleh Walter Lippman pada tahun 1965 melalui karyanya "*The World Outside and the Pictures in Our Head*, penelitian empiris tentang teori ini dilakukan oleh Mc Combs dan Shaw pada tahun 1972. Teori ini berpendapat bahwasanya "Media Massa mempengaruhi persepsi khalayak tentang apa yang di anggap penting, media membentuk citra atau gambaran dunia kita seperti yang disajikan dalam media massa." (Rakhmat, 2003:228). Orang cenderung mengetahui tentang hal-hal yang disajikan oleh media massa dan menerima susunan prioritas yang ditetapkan media massa terhadap berbagai isu tersebut (Ardianto, 2004:73).

Media massa khususnya majalah sebagai salah satu media cetak sangat efektif untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Melalui tulisan para da'i bisa berdakwah sesuai dengan keahlian dan keilmuan yang dikuasainya. Da'i dapat menjadi jurnalis muslim, yakni sebagai pendidik, pelurus, pembaru, dan pemersatu. Perhatian secara sistematis terhadap komunikasi, termasuk media massa yang dianggap memiliki kekuatan besar dapat mengayun pendapat umum dan mengubah perilaku, sudah dimulai sejak awal abad ke-20.

Jika kekuatan informasi yang disampaikan media massa demikian hebat, pertanda aktifitas *tablig* penting untuk bisa masuk kedalam wilayah itu. Karena jika tidak, dikhawatirkan masyarakat pembaca akan terbentuk oleh pesan-pesan media yang "kering" tanpa nilai-nilai agama. (Aep Kusnawan, 2004:23-24).

Pada peraktiknya dakwah sebagai komunikasi yang *persuasif*, mengajak untuk merubah suatu realitas sosial yang tidak sesuai dengan ajaran Allah SWT kepada realitas sosial yang Islami dengan cara-cara yang telah digariskan oleh Allah. Oleh karena itu aktifitas dakwah harus tetap memperhatikan unsur-unsur komunikasi sebagaimana yang dikemukakan *Lasswell* yaitu *who, says what, in which channel, to whom, with what effect?* (Mulyana, 2007:147).

Untuk membangun sebuah komunikasi efektif dan mencapai sasaran yang dituju, maka setiap komunikasi harus menjawab pertanyaan yang disampaikan oleh *Lasswell* yaitu *who, says what, in which channel, to whom, with what effect?* (Mulyana, 2007:147). Paradigma *Lasswell* ini, menunjukkan dalam komunikasi meliputi lima unsur yaitu :

1. *Who* : Komunikator (Penulis rubrik Bedah Masalah)
2. *Says What* : Pesan / *message* (Materi dakwah)
3. *In Which Channel* : Media (Majalah Percikan Iman)
4. *To Whom* : Komunikan (Pembaca Majalah Percikan Iman)
5. *With What Effect* : Efek (Terjadinya perubahan tingkah laku, sikap dan perbuatan sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator).

Berdasarkan paradigma *Lasswell* tersebut mengisyaratkan bahwa lebih dari satu saluran dapat membawa pesan. Unsur sumber (*who*) merangsang pertanyaan mengenai pengendalian pesan, sedangkan unsur pesan (*says what*) merupakan bahan untuk analisis isi, saluran komunikasi (*in which channel*) dikaji dalam analisis media. Unsur penerimaan (*to whom*) dikaitkan dengan

analisis khalayak, sementara unsur pengaruh (*with what effect*) jelas berhubungan dengan studi akibat yang ditimbulkan pesan komunikasi massa pada khalayak pembaca, pendengar atau pemirsa. (Mulyana, 2007:148).

Sejalan dengan penelitian yang dikembangkan yakni mengenai unsur pesan (*says what*) maka metode penelitian yang di pakai adalah dengan metode analisis isi, yaitu metode penelitian dengan maksud untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang (tulisan). (Rakhmat, 2001:89). Pesan (*message*) yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan terdiri atas isi (*the content*) dan lambang (simbol). (Uchjana, 2005:12). Apabila pesan-pesan (*messages*) yang dituangkan dalam bentuk lambang tertentu sudah dapat dimengerti dan kemudian mampu menciptakan pengertian yang sama antara komunikator dengan komunikan, maka sampailah terhadap tahap berpikir sama.

Media massa merupakan media yang sangat efektif dalam mencapai komunikan. Sesuai dengan karakteristik dari pesan komunikasi massa yaitu bersifat umum, maka pesan harus diketahui oleh setiap orang. Sebagai mana yang dikatakan oleh Severian dan Tankard bahwa komunikasi massa adalah sebagian keterampilan (*skill*), sebagai seni (*art*) dan sebagai ilmu (*science*). Tanpa dimensi menata pesan tidak mungkin media surat kabar, majalah, tabloid, radio siaran, televise, dan film dapat memikat perhatian khalayak, yang pada akhirnya pesan tersebut dapat mengubah sikap, pandangan, dan perilaku komunikan. (Ardianto, 2004:39).

Media massa memang sarana strategis yang tidak bisa diabaikan. Melalui rubrik-rubrik artikel opini atau kolom yang umumnya ada di surat kabar harian (Koran), mingguan (tabloid), maupun bulanan/dwi mingguan (majalah), para penulis muslim dapat mempersembahkan tulisan-tulisan bernuansa dakwah kepada umat. Menurut Asep Syamsul Romli objek dan cakupan dak'wah *bil qolam* lebih banyak dan luas. Karena pesan dakwah dan informasi Islam yang dituliskan dapat dibaca oleh ratusan, ribuan, bahkan ratusan ribu dan jutaan orang pembaca dalam waktu yang hampir bersamaan.

Dakwah *bil-qolam* juga merupakan senjata umat dalam melawan serbuan pemikiran (*al-ghazwul fikr*) kaum kufur dan munafik yang hendak merusak akidah, pemikiran dan perilaku umat Islam melalui sarana media massa. Media massa merupakan alat yang efektif untuk membentuk opini umum (*public opinion*), bahkan mempengaruhi orang secara kuat. Demikian juga dengan pesan dakwah, (Ahmad Subandi,1994:135), mengemukakan bahwa bila di kaji dari segi komunikasi maka "pesan dakwah" memuat suatu pernyataan (panggilan) yang disampaikan manusia kepada manusia lainnya seperti halnya unsur pesan dalam proses komunikasi.

Penyampaian dakwah dari segi metode terbagi kedalam tiga bagian yaitu, *Pertama, Kitabah* secara *etimologis* sebenarnya berarti pidato (Aep Kusnawan, 2004:12). Sedangkan menurut bahasa *Khitabah* berasal dari dari akar kata (*khathaba, yakhthubu, khuthbatan* atau *khithaabatan*), berarti berkhuthbah, berpidato, meminang, melamar, bercakap-cakap, mengirim surat (Enjang As, 2009:57). Dari segi peraktiknya , khitabah itu merupakan pidato yang

disampaikan seorang khathib yang biasanya disampaikan di masjid ketika ibadah jum'at, peringatan hari-hari raya atau pada kesempatan lain. Khitabah ini erat kaitannya dengan media mimbar yaitu proses penyampaian ajaran Islam melalui bahasa lisan kepada kelompok besar secara langsung dalam suasana tatap muka atau tidak langsung yaitu bermedia dan satu arah (*ta'lim jumbur*).

Kedua, melalui media cetak (tulisan) disebut dengan *Kitabah*, yaitu proses penyampaian ajaran Islam melalui bahasa tulisan bisa berupa buku, majalah, jurnal, surat kabar, pamlet, brosur, dan lain-lain yang berisikan pesan-pesan keislaman (Enjang As, 2009:60). Dalam kategori ini bentuk-bentuk media cetak lain berupa lukisan, kaligrafi, photo yang mengandung pesan-pesan keislaman atau menggugah rasa simpatik terhadap nilai-nilai keislaman.

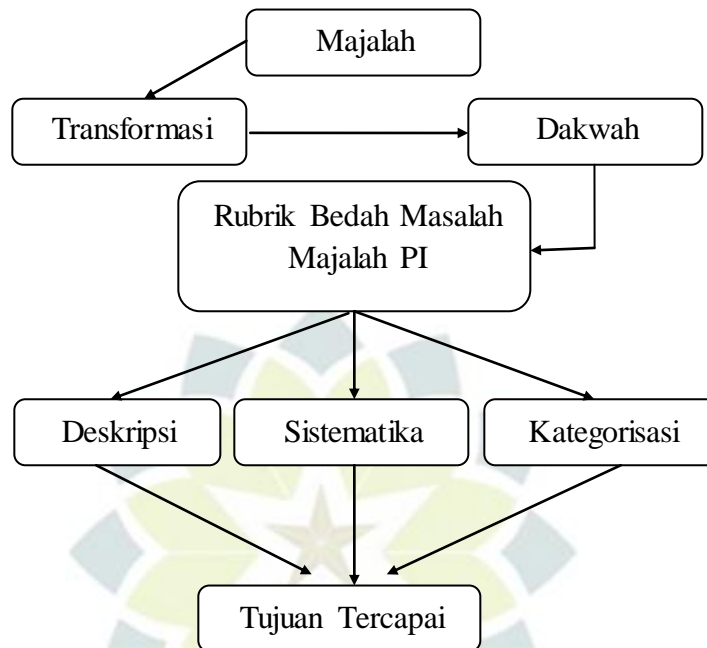
Ketiga, *I'lam* dari bahasa Arab berarti memberitakan, mengumumkan. Dalam penggunaannya kata I'lam diartikan sebagai padanan kata tabligh. Namun dalam buku-buku dakwah kata I'lam sering dipakai untuk arti komunikasi dan komunikasi masa, seperti penggunaan kata wasail I'lam berarti media komunikasi atau komunikasi masa seperti radio, televisi, dan lainnya.

Untuk memperkuat efek persuasif dakwah, aristoteles dalam buku klasik tentang komunikasi *De Art Rhetoric* menyarankan peran *taxis*, yakni pembagian atau rangkaian penyusunan pesan. Sehingga pesan yang tertulis di media massa terstruktur dan terorganisir. Agar dapat dipahami oleh pembaca untuk kemudian memberikan *feed back* sesuai dengan yang diharapkan. (Rakhmat, 2002:7). Hal ini dikarenakan pembaca (*mad'u*) majalah adalah

khalayak umum yang heterogen, dengan usia yang berbeda, latar belakang dan tingkat pendidikan yang berbeda pula. Da'i (penulis) dalam majalah harus menggunakan teknik penulisan dan kaidah bahasa yang baik dan benar, memilih dan memilah kosa kata.

Sejalan dengan hal ini maka penelitian memusatkan perhatian pada kajian bagaimana deskripsi, sistematika dan kategoris pesan (substansi pesan dan bentuk pesan) dalam rubrik Bedah Masalah majalah Percikan Iman.

Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Analisis Isi. Analisis isi merupakan merupakan metode penelitian sosial yang digunakan untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang. Analisis isi dapat digunakan untuk menganalisis semua bentuk komunikasi: surat kabar, buku, puisi, lagu, dan sebagainya. Kita misalnya ingin mengetahui apakah surat kabar x menunjukkan sikap konservatif. Sedankan menurut Berelson analisis isi adalah tehnik penelitian untuk melukiskan isi komunikasi yang nyata secara objektif, sistematis, dan kuantitatif. (Rahmat, 1983:7)



Gambar 1 Skema Pemikiran

Diadaptasi dari Onong Uchjana Effendy

Sesuai dengan kerangka teori tersebut, maka dapat diajukan Anggapan Dasar: Bahwasanya pembaca lebih mudah mengingat pesan sebuah komunikasi yang tersusun dengan baik, sehingga perlu kiranya untuk diketahui mengenai kualitas pesan-pesan yang disampaikan oleh rubrik Bedah Masalah Majalah Percikan Iman.

F. Langkah-Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Majalah Percikan Iman Bedah Masalah dengan pertimbangan majalah sebagai salah satu media massa yang sangat efektif dalam menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u (pembaca).

Adapun jumlah Edisi yang akan diteliti adalah 5 rubrik terhitung dari Bulan Januari sampai dengan Mei 2012.

2. Metode Penelitian

Metode yang akan digunakan pada penelitian ini, adalah menggunakan metode analisis isi (*content analysis*), yakni untuk memperoleh keterangan dari isi komunikasi yang disampaikan dalam bentuk lambang (tulisan). (Rahkmat, 2001:89), sehingga dapat diketahui kualitas pesan dalam rubrik Bedah Masalah Majalah Percikan Iman. Dengan metode ini peneliti mencoba mengkaji data-data berupa kalimat, paragraf dan keseluruhan isi pesan dakwah dalam rubrik cermin.

3. Sumber Data

Sumber data dari penelitian ini adalah rubrik Bedah Masalah Percikan Iman edisi Januari sampai Mei. Adapun sumber data dalam penelitian ini terdiri atas:

1. Data Primer;

Tabel 1

No.	Edisi	Jumlah Topik
1	Januari	5
2	Februari	5
3	Maret	5
4	April	5
5	Mei	5
JUMLAH		25

2. Data sekunder : Aam Amirudin Penulis Rubrik Bedah Masalah Majalah Percikkan Iman dan Redaksi Majalah Percikkan Iman.
3. Jenis data dari sumber data di atas, merupakan jenis data yang akan dihimpun, dikumpulkan, dan diolah serta dianalisis berupa : data kualitatif untuk metode analisis isi. Meliputi :
 - a. Deskripsi isi pesan dakwah rubrik Bedah Masalah pada Majalah Percikkan Iman edisi Januari sampai Mei
 - b. Sistematika pesan dakwah rubrik Bedah Masalah pada Majalah Percikkan Iman edisi Januari sampai Mei
 - c. Katagorisasi pesan dakwah rubrik Bedah Masalah pada Majalah Percikkan Iman edisi Januari sampai Mei
4. Teknik pengumpulan data : jenis data yang dari sumber data dikumpulkan dengan menggunakan teknik :
 - a. Studi Dokumentasi, yaitu mengumpulkan dokumen, memilih dokumen sesuai dengan tujuan penelitian, mengklasifikasi, menerangkan, dan mencatat serta menafsirkan pesan dakwah dalam rubrik Bedah Masalah Majalah Percikkan Iman.
 - b. Studi Pustaka, teknik ini menggunakan beberapa media informasi dan rujukan yang terdapat dalam buku, majalah, artikel Koran, dan media lainnya untuk menggali pesan dakwah rubrik Bedah Masalah Majalah Percikkan Iman.
 - c. Wawancara, dilakukan dengan pihak Redaksi Majalah Percikkan Iman.

5. Analisis Data

Untuk menganalisis data, digunakan metode kualitatif dengan rancangan analisis sebagai berikut:

- a. Pengumpulan dan pengadaan data
- b. Membuat kategori-kategori
- c. Membuat tabulasi data berupa tabel-tabel
- d. Mengklasifikasikan data sesuai dengan kategori yang telah dibuat.
- e. Pembahasan data hasil penelitian
- f. Menarik kesimpulan terhadap hasil pembahasan data penelitian.

