

METODE PENELITIAN JURNALISTIK DAKWAH

Oleh Ramlah M.

Abstract : *The perspective of Moslems nowadays should be more criticism towards the accepted daily information. One of challenges that should be coped by the muslims is to develop islamic journalism and to place value of Islam as ideology of journalism in shake of Islam and muslim societyy. implemently islamic sociolize religious values of Islam and also reject and fitter the significant progress of any kind of ancient information from the western life. The existence of journalistic da'wah not only as a information tools of education and entertainment, but its main purpose is a religious leader as mission developing "Amar Ma'ruf Nahi Munkar", in al-Qur'an S. Ali Imran (3): 104, Allah says : Some methods that can be ised in developing journalistic da'wah are as follows hipodermic needle research, uses and gratification, volume analysis and expression, and also framing analysis.*

Kata Kunci: jurnalistik, dakwah, pers, Jarum Hipodermik, Analisis Isi, Analisis Wacana, Uses and Gratifications, Analisis Framing.

Pendahuluan

"Sesungguhnya yang pertama diciptakan Allah adalah al-Qalam, kemudian Allah menciptakan Nûn, yakni tinta; lalu Ia berkata padanya: Tulislah, al-Qalam bertanya: apa yang harus kutulis? Ia berfirman: tulislah apa yang telah terjadi dan apa yang akan terjadi sampai hari kiamat baik perbuatan, peninggalan, maupun pemberian. Lalu al-Qalam pun menuliskan apa yang telah terjadi sampai hari kiamat. Itulah maksud Allah-'Nûn', perhatikan Alqalam dan apa yang dituliskannya, begitu sabda Rasulullah Saw."

Kajian tentang metode penelitian jurnalistik dakwah relatif masih baru atau sebut saja masih balita. Hal ini disebabkan karena disiplin ilmu jurnalistik dakwah juga relatif masih sangat baru. Dakwah dan jurnalistik merupakan dua kajian yang akan dikompromikan dalam tulisan ini. Setidaknya ada dua hal yang harus diklarifikasi sebelum masuk pada pembahasan. *Pertama*, kata Jurnalistik dalam terminologi “*jurnalistik dakwah*” berfungsi sebagai kata sifat sehingga bisa dipahami bahwa kegiatan dakwah yang dimaksud adalah bersifat atau melalui media jurnalistik. *Kedua*, oleh karena jurnalistik bagian dari komunikasi maka metode penelitian “*jurnalistik dakwah*” dalam tulisan ini akan meminjam metode (model) penelitian yang biasa dipakai dalam ilmu komunikasi. Bagi penulis, hal ini tidaklah tabu karena dakwah itu sendiri sangat erat kaitannya dengan komunikasi, bahkan boleh dikatakan sangat mirip.

Salah satu tujuan tulisan ini adalah untuk menggugah kesadaran orang Muslim bahwa aktifitas dakwah bukan hanya terbatas pada dakwah bil Kalam (DBK) akan tetapi juga sebagai dakwah bil Qalam (DBK). Kalau pengertian dakwah disepakati sebagai proses mengajak, membimbing, mengarahkan, memotivasi kaum Muslim untuk menjalankan syariat Islam (Allah), maka media yang dipakai dalam proses itu bisa bermacam-macam. Sebahagian dai (komunikator) lebih senang menggunakan media oral sebagai cara untuk berdakwah, tetapi sebahagian yang lain lebih suka berdakwah melalui tulisan. Dari sinilah bisa dilihat hubungan antara dakwah dan jurnalistik. Sehingga, seorang jurnalis sangat layak disebut sebagai seorang dai.

Menurut A. Faisal Bakti, setidaknya ada beberapa alasan kenapa jurnalistik dakwah menjadi penting. *Pertama*, objek bacaan dalam perintah Tuhan yang pertama adalah keharusan membaca alam raya (*teks kauniyah*) dan teks qauliyah (Alquran dan Hadis). Perintah Allah swt untuk membaca teks qauliyah dan alam raya menunjukkan pentingnya dilakukan riset (*research*) dan pengembangan (*development*). *Kedua*, signifikansi al-Qalam (tulisan) ada pada fungsinya sebagai media sebagai penghantar pesan-pesan. Ilmu tidak bisa ditangkap tanpa pembacaan dan pemaknaan oleh manusia. Menurutnya goresan qalam (*tekstualitas*) lebih kuat sebagai penghantar ilmu dibanding dakwah verbal (*oralitas*). Jika produk DBKQ terbaca dengan baik, ia akan cenderung melahirkan kreatifitas dan kultur baru (*creer la culture*). Sedangkan DBK lebih cenderung mewariskan kultur (*heriter la culture*). *Ketiga*, bahwa Alquran adalah “kata Tuhan” sedangkan jurnalistik adalah

“tulisan tangan manusia” menunjukkan kelengkapan “*persaudaraan*”. Dalam hal ini, peran jurnalistik sebagai karya tangan manusia adalah mengolah, mencari dan mengekspresikan pesan-pesan Tuhan (Suf Kasma, 2004: x-xi).

Al-Shabuny mengatakan “perhatikanlah Qalam dan segala sesuatu yang dituliskannya” (Muhammad Ali al-Shabûniy, 1996: 529). Dalam ayat ini, Allah bersumpah dengan Qalam dan Kitab yang ditulis, dengan maksud membuka pintu pengajaran keduanya (Ahmad Musthâfa al-Marâgy, t.th: 27). Betapa Qalam itu termasuk nikmat besar yang telah di anugerahkan oleh-Nya, agar orang dapat menuliskan buah pikiran, keinginan, dan perasaan seseorang (Departemen Agama RI, 1995: 287). Dengan Qalam, ilmu pengetahuan tiada tersisa tercatat, (Hamka, 1983: 40). bahkan para pengarang dan pujangga telah mengantarkan bangsanya untuk merdeka, di-sebabkan sari buah pena (M. Isa Anshary, 1995: 34).

Tulisan seseorang dapat membentuk pendapat umum dan mengubah pola pikir dapat menguncang dunia seketika, hal ini membuat Presiden John Fitzgerald Kennedy pernah menyatakan “lebih takut pada seorang wartawan ketimbang seribu tentara” (Ainur Rafiq Sophiaan, 1993: vii). Dibantu oleh kekuatan pers, Lenin juga mencapai suatu gerakan revolusi, ke titik puncak, lalu mengingatkan “waspadalah terhadap kekuatan pers” (Albert L. Hester dan Wai Lan J., 1997: 41). Karena tarikan pena sang *kuli tinta* itu bisa merakit sederet tulisan sakti (Garin Nugroho, 1995: 47). Memang, tulisan adalah tamannya para ulama, begitu pameo klasik Ali bin Abi Thalib. (Rusjdi Hamka dan Rafiq, 1983: 40).

Umat Islam dalam perspektif kekinian harus semakin kritis terhadap informasi yang tiap hari diterima. Salah satu dari berbagai tantangan yang dihadapi umat Islam tersebut adalah menumbuh kembangkan jurnalistik Islami, atau menjadikan pers Islami sebagai “*ideologi*” para jurnalis muslim, demi membela kepentingan Islam dan umatnya, dan juga mensosialisasikan nilai-nilai Islam sekaligus meng-counter dan memfilter derasnya arus informasi jahili dari Barat.

Pers (umum) sering didefinisikan sebagai proses meliput, mengolah, dan menyebar luaskan peristiwa (berita) atau opini/pandangan (views) kepada masyarakat luas. Bertolak dari pengertian itulah maka pers Islami dapat dimaknai sebagai “suatu proses meliput, mengolah, dan menyebarluaskan berbagai peristiwa dengan muatan nilai-nilai Islam, khususnya yang menyangkut agama dan umat Islam kepada khalayak, serta berbagai pandangan dengan perspektif ajaran Islam” (Asep Syamsul M.

Romli, 2000: 85-86). Sebagai pers berkarakteristik religius (bernafaskan ajaran Islam), Alamsyah Ratu Perwiranegara yang dikutip Rusjdi Hamka dalam buku Islam dan Era informasi mengatakan, seharusnya media massa Islam memegang peranan penting dan berjasa besar dalam kehidupan beragama masyarakat, terutama masyarakat Islami.

Sejarah telah membuktikan bagaimana kepeloporan media massa Islam dalam sejarah peradaban masyarakat di dunia. Sebelum Eropa menemukan tiga penemuan barunya, yaitu: seri cetak, pemakaian mesin, dan kompas, yang menjadi motor pemercepat tumbuhnya gerakan Renaissance, gerakan kelahiran kembali peradaban Eropa yang lahir sejak abad 14 Masehi yang kelak menjadi titik awal jaman Kerajaan Abbasiyah (pada abad VIII dan X-an) telah banyak tumbuh industri-industri kertas setempat. Pada abad XII-an baru masuk kedaratan Eropa. Hal inilah satu realitas yang dapat dibanggakan oleh kaum muslimin, yakni kontribusinya dalam membuat kertas yang dihadiahkan sekaligus membuka peradaban baru bangsa Eropa (Rusjdi Hamka dan Rafiq, 1983: 42-43). Itulah fakta sejarah, yang secara historis telah menjadi saksi bagaimana peran pers Islami dalam sejarah peradaban umat Islam melukis sejarah peradaban modern yang kita saksikan dewasa ini.

Hanya saja umat Islam dewasa ini kerap di hadapkan suatu dilema yang lumayan pelik, yaitu tidak memilikinya suatu media massa yang memadai untuk memperjuangkan dan menegakkan nilai-nilai Islam. Dampaknya, yang terjadi tidak hanya kurang tersalurkannya aspirasi umat, tetapi juga umat Islam hanya menjadi konsumen bagi media non-Islam massa lain yang tidak jarang membawa informasi yang tidak relevan dalam rangka pemberdayaan umat. (Asep Syamsul M. Romli, 2000: 81).

Jadi, kehadiran jurnalistik dakwah yang penulis angkat sebagai titik acuan, selain berfungsi sebagai alat informasi pendidikan dan hiburan, namun intinya sebagai pembimbing kerohanian atau pengembangan misi 'amar ma'ruf nahi munkar, sesuai firman Allah dalam QS.Ali Imran [3]: 104.

Pengertian Jurnalistik dakwah (DBQ)

I. Pengertian Dakwah

Dakwah; secara etimologis, perkataan dakwah berasal dari bahasa Arab دعا - يدعو - دعوة yang berarti menyeru, memanggil, mengajak dan menjamu (Ibnu Manzur, 1998: 359-360). Sedangkan orang yang melakukan

seruan atau ajakan tersebut dikenal dengan panggilan da'i (orang yang menyeru). Tetapi mengingat bahwa proses penyampaian (*tabligh*) atas pesan-pesan tertentu, maka dikenal pula istilah *muballigh* yaitu orang yang berfungsi sebagai komunikator untuk menyampaikan pesan (*message*) kepada pihak komunikan (Toto Tasmara, 1997: 31).

Secara etimologis pengertian dakwah adalah mengajak umat manusia kepada *al-khaer* dan *al-huda* serta me-merintahkan mereka berbuat *ma'rûf* dan mencegah berbuat *mungkar* agar mereka memperoleh hidup di dunia dan akhirat (Ali Mahfuz, 1952: 17).

Kata *da'ā* pertama kali dipakai dalam Alquran dengan arti mengaduh (meminta pertolongan kepada Allah) yang pelakunya adalah Nabi Nuh as (QS. al-Qamar (54): 10) Lalu kata ini berarti memohon pertolongann kepada Tuhan yang pelakunya adalah manusia (dalam arti umum) (QS. al-Qamar (39): 8). Setelah itu, kata *da'ā* berarti menyeru kepada Allah yang pelakunya adalah kaum Muslimin (QS. Fushshilat (41): 33).

Kemudian kata *yad'ū*, pertama kali dipakai dalam Alquran dengan arti mengajak ke neraka yang pelakunya adalah syaitan (QS. Fathir (35): 6). Lalu kata itu berarti mengajak ke surga yang pelakunya adalah Allah (QS. Yunus (10):25), bahkan dalam ayat lain ditemukan bahwa kata *yad'ū* dipakai bersama untuk mengajak ke neraka yang pelakunya orang-orang musyrik dan mengajak ke surga yang pelakunya Allah, sebagai dalam QS. al-Baqarah (2):221. (Departemen Agama RI, 1989: 54).

Sedangkan kata dakwah atau *da'watan* sendiri, pertama kali digunakan dalam Alquran dengan arti seruan yang dilakukan oleh para Rasul Allah itu tidak berkenan kepada obyeknya (QS. al-Mu'min (40):43). Namun kemudian kata itu berarti panggilan yang juga disertai bentuk *fi'il* (*da'ākum*) dan kali ini panggilan akan terwujud karena Tuhan yang memanggil (QS. al-Rum (30):25). Lalu kata itu berarti permohonan yang digunakan dalam bentuk doa kepada Tuhan dan Dia menjanjikan akan mengabulkannya (QS. al-Baqarah (2):186).

Dari uraian-uraian di atas, maka dapat dipahami bahwa kata dakwah dalam pengertian terminologi adalah menyeru, memanggil, mengajak dan menjamu. Adapun orang yang melakukan ajakan atau seruan tersebut dikenal dengan da'i (orang yang menyeru).

Pada sisi lain, karena penyampaian dakwah termasuk *tabligh*, maka pelaku dakwah tersebut di samping dapat disebut sebagai da'i, dapat pula

disebut sebagai *muballig* yaitu orang yang berfungsi sebagai komunikator untuk menyampaikan pesan (*message*) kepada pihak komunikan.

Sedangkan pengertian dakwah secara terminologis adalah mengajak umat manusia kepada *al-khaer* serta memerintahkan mereka berbuat *ma'rūf* dan mencegah berbuat *munkar* agar mereka memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat. Pengertian dakwah ini, berdasar pada QS. al-Imrān (3): 104 sebagai berikut:

وَأَتَىٰكُمْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Terjemahnya :

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. (Departemen Agama RI, h. 93).

Pengertian dakwah di atas, agaknya cukup mewakili pengertian-pengertian dakwah secara terminologis yang banyak dikemukakan oleh ulama dan cendekiawan Muslim lainnya. Sejalan dengan pengertian dakwah tersebut, Didin Hafiduddin menyatakan bahwa makna dakwah ini, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan secara seksama, yakni :

a. Dakwah sering disalah mengertikan sebagai pesan yang datang dari luar, sehingga langkah pendekatan lebih diwarnai dengan *interventif*, dan para dai lebih mendudukkan diri sebagai orang asing, tidak terkait dengan apa yang dirasakan dan dibutuhkan oleh masyarakat.

b. Dakwah sering diartikan menjadi sekedar ceramah dalam arti sempit, sehingga orientasi dakwah sering pada hal-hal yang bersifat rohani saja.

c. Masyarakat yang dijadikan sasaran dakwah sering dianggap *vacuum*, padahal dakwah berhadapan dengan *setting* masyarakat dengan berbagai corak dan keadaannya. Sehingga dakwah itu harus dinamis dan selalu berkembang baik dalam hal materi, metode maupun strategi dakwah itu sendiri.

d. Dakwah yang diartikan hanya sekedar menyampaikan dan hasil akhirnya terserah kepada Allah, akan menafikan perencanaan, pelaksanaan dan

evaluasi dari kegiatan dakwah. Oleh karena itu, tidak pada tempatnya bila kegiatan dakwah hanya asal-asalan.

2. Jurnalistik

Jurnalistik berasal dari kata “jurnal” atau “dujour” yang berarti hari, dimana segala berita atau warta sehari itu termuat dalam lembaran yang tercetak (Asep Syamsul M. Romli, 68). Dalam kamus Bahasa Inggris “Journal” diartikan sebagai majalah, surat kabar, dan diary (buku catatan harian), sedangkan “journalistic” diartikan kewartawanan (warta=berita, kabar) (Wojowasito dan W.J.S. Poerwadarminta, 1982: 93). Jadi jurnalistik adalah salah satu bentuk publisistik/komunikasi yang menyiarkan berita dan atau ulasan berita tentang peristiwa-peristiwa sehari yang umum dan aktual dengan secepat-cepatnya (Riyati Irawan dan Teguh Meinda, 1981: 1). Di samping itu, jurnalistik diapandang sebagai suatu pengelolaan laporan harian yang menarik minat khalayak mulai dari peliputan berita sampai penyebarannya kepada masyarakat (Onong Uchana Effendi, 2001: 151).

Argumen-argumen yang mendasari pentingnya penerapan dakwah jurnalistik adalah untuk menumbuh kembangkan gerakan dakwah Islam lewat media cetak. Karena selama dekade ini pasaran pers Indonesia selalu ditandai dengan aneka ragam penerbitan majalah, mulai majalah berita, hiburan, majalah wanita dan anak-anak, begitupula olah raga, sastra sampai pada yang lebih khas seperti, “motor dan mobil (otomotif). Di antara aneka ragam itu yang barang kali bersamaan timbulnya dengan sejarah pers Indonesia ialah majalah yang bernafaskan Islam diterbitkan oleh penerbit dan pengarang-pengarang Islam untuk tujuan penyebaran dan pendalaman akhlak pembacanya. Mengingat saat ini, bangsa Indonesia semakin terpuruk dan gelisah hingga berusaha mencari “jawaban” terhadap persoalan hidup atau problema kemasyarakatan lewat siraman rohani dari jurnalistik dakwah.

Jadi, jurnalistik dakwah adalah suatu aktifitas dan proses mengajak, membimbing, memotivasi, membina, menyampaikan pesan-pesan agama kepada orang Muslim melalui media tulisan (jurnalistik) baik majalah, surat kabar, bulletin, buku dan sebagainya.

Metode Penelitian Jurnalistik Dakwah

Ada beberapa model metode penelitian yang bisa dipakai dalam penelitian jurnalistik dakwah atau dakwah bil Qalam (DBQ). Metode

penelitian yang akan dipakai dalam jurnalistik dakwah ini berasal dari metode penelitian yang biasa dipakai dalam kajian komunikasi antara lain, model penelitian 1) Jarum Hipodermik, 2) *Use and Gratification*, 3) Analisa Isi, 4) Analisis Framing.

a. *Metode Jarum Hipodermik*

Penelitian model ini dilakukan oleh Hovland untuk meneliti pengaruh propaganda sekutu dalam mengubah sikap. Model ini berasumsi bahwa komponen komunikasi (komunikator, pesan, dan media) sangat kuat dalam mempengaruhi komunikasi. Disebut model “jarum hipodermik” karena seakan-akan komunikasi disuntikkan langsung ke dalam jiwa komunikan (al-Mad’u). Model ini disebut juga sebagai “bullet theory” karena seakan-akan al-Mad’u (komunikan atau audiens) secara pasif menerima berondongan pesan dari komunikator (al-Dai). Jika komunikator sudah dipilih dengan tepat, pesan yang baik, serta media yang benar baik media elektronik maupun media cetak, maka komunikan akan diarahkan sekehendak komunikator (Jalaluddin Rakhmat, 2000: 62). Untuk mengetahui variabel efek (pengaruh) dapat dilihat dari tiga kategori yakni segi *kognitif* (perubahan pendapat, penambahan pengetahuan serta perubahan kepercayaan), segi *afektif* (sikap, perasaan, dan kesukaan), segi *behavioral* yakni prilaku atau kecenderungan prilaku (Jalaluddin Rakhmat, 2000: 64).

b. *Model Penelitian Uses and Gratification (Penggunaan dan Pemenuhan Kebutuhan)*

Model ini merupakan antitesa dari model penelitian Jarum Hipodermik yakni tidak tertarik untuk melihat apa yang dilakukan atau pengaruh media pada diri seseorang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Misalnya, sejauh mana surat kabar membantu responden memperjelas suatu masalah atau menemukan masalah. Jadi, model penelitian ini tidak akan melihat sejauh mana pengaruh komunikator, pesan serta media dalam merubah sikap dan prilaku audiens, akan tetapi bagaimana sikap responden (komunikan) terhadap media, pesan, serta komunikator tersebut (Jalaluddin Rakhmat, 2000: 65-67). Model penelitian ini menempatkan materi dakwah, media dakwah sebagai objek respond audiens. Maksudnya, al-Mad’u (audiens) akan puas terhadap seorang dai jika materi dakwah dan media yang digunakan dapat memenuhi apa yang dibutuhkan seorang al-Mad’u (audiens).

c. Penelitian *Model Analisis Isi dan Wacana*

Penelitian ini tidak melihat dan terpengaruh kepada komunikator, media, serta pesan dakwah. Tetapi untuk model analisis isi, penelitian ini lebih melihat materi dakwah yang diangkat oleh seorang dai. Aplikasi metode ini adalah seorang peneliti jurnalistik dakwah akan melihat dan mencatat tema-tema inti yang diminati audiens dan yang sering dikemukakan oleh seorang dai baik yang berkaitan dengan akidah, akhlak, muamalah, serta ibadah. Sementara di lain sisi, analisis wacana tidak melihat seberapa sering tema dakwah muncul dalam jurnalistik dakwah. Fokus kajian analisis wacana terletak pada ide, latar belakang serta konteks yang ada di luar dengan pemilihan tema seorang dai (jurnalis).

Neuman menyebutkan bahwa “content analysis is a technique for gathering and analyzing the content of text” maksudnya, analisis isi adalah teknik pengumpulan data serta analisis terhadap isi suatu teks. Yang dimaksud teks di sini bukan hanya sebatas tulisan tetapi juga termasuk ide, tema, pesan, arti maupun symbol-simbol yang terdapat dalam teks baik berupa tulisan, gambar maupun pidato (Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, 2006: 167).

d. *Model Penelitian Analisis Framing*

Analisis framing adalah salah satu metode analisis teks yang berada dalam kategori penelitian konstruksionis. Paradigma ini memandang realitas kehidupan social bukanlah realitas yang natural tetapi hasil dari konstruksi. Karenanya, analisis pada paradigma konstruksionis adalah menemukan bagaimana peristiwa dan realitas tersebut dikonstruksi dan dengan cara apa konstruksi itu dibentuk (Eriyanto, 2005: 37). Jadi pesan yang dikirim dalam lalulintas komunikasi diproduksi dan dipertukarkan maknanya oleh pengirim, penerima, serta dihubungkan dengan konteks social di mana mereka berada.

Analisis framing adalah suatu model penelitian dalam komunikasi yang melihat bagaimana realitas itu dibentuk dan dikonstruksi oleh media. Framing adalah sebuah cara bagaimana peristiwa disajikan oleh media. Penyajian tersebut dilakukan dengan cara menekankan bagian tertentu, menonjolkan aspek tertentu. Oleh karena itu, yang dilakukan oleh media adalah menseleksi, menghubungkan, menonjolkan, serta menekankan isu tertentu sehingga makna suatu peristiwa lebih mudah menyentuh dan diingat oleh khalayak (Eriyanto, 1994: 368).

Model framing ini seringkali dipakai juga oleh seorang dai dalam melaksanakan misi penyebaran agama Islam. Dalam dunia tafsir, analisis framing hamper mirip dengan metode tafsir maudhui yang mencoba mengkonstruksi, menghubungkan, menseleksi teks-teks tertentu untuk memberikan pemahaman yang lebih mudah dan tersentuh oleh audiens (al-mad'u).

Penutup

Setelah penulis memberikan penjelasan deskriptif tentang jurnalistik dakwah atau Dakwah Bil Qalam yang diikuti dengan inisiasi metode penelitian jurnalistik dakwah yang dipinjam dari ranah ilmu psikologi, maka penulis mengemukakan beberapa poin-poin singkat sebagai kesimpulan.

1. Penelitian dan Pengembangan dakwah khususnya Jurnalistik dakwah atau Dakwah Bil Qalam (DBQ) merupakan perintah agama yang ditandai dengan turunnya surah al-'Alaq.

2. Jurnalistik dakwah atau Dakwah bil Qalam (DBQ) suatu upaya aktifitas, proses mengajak, membimbing, memotivasi, membina, menyampaikan pesan-pesan agama kepada orang Muslim melalui media tulisan (jurnalistik) baik majalah, surat kabar, bulletin, buku dan sebagainya.

3. Dalam pengembangan jurnalistik dakwah, ada beberapa tawaran metode yang bisa digunakan antara lain penelitian model Jarum Hipodermik, Use and Gratification, Analisis Isi dan Wacana, serta model Analisis Framing. 🍏

Daftar Rujukan

Buku

- Alamudi, Abdullah. *Pedoman Untuk Wartawan*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1997.
- al-Marâgy, Ahmad Musthâfa. *Tafsîr al-Marâgiy*, Beirut: Dâr Ahyâ' al-Turâts al-'Arabiy, t.th.
- al-Râziy, Imam Fakhr. *Al-Tafsîr al-Kabîr 'an Mafâtih al-Ghaib*, Cet.I; Bairut: Dâr al-Kutub al-'Ilmiah, 1990.
- al-Shabûniy, Muhammad Ali. *Mukhtasar Tafsîr Ibn Katsîr*, Cet.I; Lubnân: Dâr al-Fikr, 1996.
- al-Suyûtiy, al-Imâm 'Abd. al-Rahmân Jalâl al-Din. *Al-Dur al-Mantsûr Fiy Tafsîr al-Ma'tsûr*, jilid VIII, Cet.I; Bairut: Dâr al-Fikr, 1983.
- al-Tirmidziy, Imâm Muhammad Isâ bin Sûrah. *Sunan al-Tirmiziy*, Beirut: Dâr al-Fikr, 1994.
- Anshary, M. Isa Mujahid. *Dakwah*, Cet V; Bandung: CV Diponegoro, 1995.
- Effendi, Onong Uchjana. *Komunikasi: Teori dan Praktek*, Bandung: Rosda Karya, 2001.
- Eriyanto. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi dan Politik Media*, Cet. III; Jogjakarta: LKiS Yogyakarta, 2005.
- Hamka, Rusjdi dan Rafiq. *Tafsîr Al-Azhar*, Jakarta: Pustaka Panjimas, 1983.
- Irawan, Riyati dan Teguh Meinda. *Tanya Jawab Dasar-dasar Jurnalistik*, Cet. I; Bandung: Armico, 1981.
- Kasma, Suf. *Jurnalisme Universal: Menelusuri Prinsip-prinsip Dakwah bil Qalam dalam Al-Quran*, Cet. I; Jakarta: Teraju, 2004.
- Mahfuz, Ali. *Hidayat al-Murshidin*, Kairo: Dar al-Kutub al-Arabi', 1952.
- Manzur, Ibnu. *Lisan al-Arab*, Beirut: Dar al-Ihya' al-Turas al-Arabiy, 1998.
- Nugroho, Garin. *Kekuasaan dan Hiburan*, Cet. I; Yogyakarta: Yayasan Benteng Budaya, 1995.
- Poerwadarminta, W.J.S. dan Wojowasito. *Kamus Lengkap bahasa Inggris – Indonesia*, Bandung: Hasta, 1982.

- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Aplikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Rosdakarya, 2000.
- Romli, Asep Syamsul M. *Jurnalistik Praktis Untuk Pemula*, Cet. II; Bandung: Rajawali Rosdakarya, 2000.
- Sophiaan, Ainur Rafiq. *Tantangan Media informasi Islam; Antara Profesionalisme dan Dominasi Zionis*, Cet. I; Surabaya: Risalah Gusti, 1993.
- Tasmara, Toto. *Komunikasi Dakwah*, Cet.II; Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997.

Sumber Lain

- Departemen Agama RI; Proyek Penggandaan Kitab Suci Al-Quran, *Al-Qur'an dan Tafsirnya*, Jakarta: YPPA, 1995.
- Departemen Agama RI, *Al-Qu'an dan Terjemahnya*, Surabaya: Mahkota, 1989.
- Soesilo, Arie S. dan Philo C.Wasburn, *Constructing a Political Spectacle: American and Indonesian Media Accounts of the Crisis in the Gulf*, The Sociological Quarterly, Vol. 35. No. 2, 1994.