

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di jaman yang serba modern ini tentu masyarakat tak lepas dari yang namanya informasi dan komunikasi. Mulai dari bangun tidur sampai kemudian tertidur kembali. Komunikasi selalu menjadi kegiatan utama. Kita selalu membutuhkan orang lain disekitar kita, walau hanya untuk melakukan obrolan basa-basi sampai diskusi, karena manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri. Bahkan ketika kita masih bayi pun, hal pertama yang diajarkan adalah berkomunikasi.

Dari komunikasi, kita bisa mendapatkan berbagai informasi. Seperti yang paling mendasar adalah dari mulut ke mulut dan bertatap muka. Dahulu kala orang-orang berkomunikasi untuk menyampaikan informasi atau pesan kepada khalayak dengan cara yang masih sangat tradisional. Seperti membunyikan kentongan, membuat asap, membuat tanda, mengirim surat, membuat symbol, kode-kode tertentu dan lain-lain agar si penerima informasi tau. Semakin berkembangnya waktu, cara penyampaian informasi ini berkembang lebih modern melalui berbagai media. Media merupakan sarana penyampaian pesan atau informasi dalam komunikasi antar manusia maupun kepada khalayak. Dalam sarana penyampaian informasi secara luas disebut media massa.

Media massa adalah saluran atau perantara penyampaian pesan dalam komunikasi antar manusia secara luas. Media tersebut berkomunikasi untuk menyampaikan informasi dengan melakukan penyebaran informasi secara massal, atau serentak melalui perantara media online maupun cetak dan dapat di akses oleh masyarakat secara massal juga. Oleh karena pesan yang disampaikan bersifat massal, maka karakteristik komunikasi massa adalah bersifat umum. Artinya, pesan yang disampaikan bersifat *heterogen* karena ditujukan untuk seluruh masyarakat. Pesan yang disampaikan juga bersifat serentak dan seragam, serta hubungan antar komunikasi dengan komunikator sifatnya non pribadi¹.

Media ini dapat dikatakan sudah banyak merambah kedalam kehidupan manusia serta dapat memberikan banyak pengaruh pada masyarakat. Perkembangan itu juga mempengaruhi kehidupan

¹ Wiryanto, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Grasindo,2001), hlm 1-

masyarakat baik secara sosial, ekonomi maupun kehidupan politik. Terutama dengan perkembangan teknologi media baru. Media massa pada awalnya dikenal dengan istilah *pers* yang berasal dari bahasa Belanda, yang dalam bahasa Inggris berarti press. Secara harfiah pers berarti cetak, dan secara maknawiah berarti penyiaran secara tercetak atau publikasi secara tercetak. Dalam perkembangannya pers mempunyai dua pengertian, yakni pers dalam pengertian sempit dan pers dalam pengertian luas. Pers dalam arti luas adalah meliputi segala penerbitan, termasuk media massa elektronika. Radio siaran dan televisi siaran. Sedangkan pers dalam arti sempit hanya terbatas pada media massa cetak, yakni surat kabar, majalah dan bulletin kantor berita²

Media massa mempunyai berbagai bentuk, seperti media audio (yang berupa suara), media visual (yang berupa gambar atau yang bisa dilihat) dan media audio-visual (yang berupa suara dan gambar). Media *massa* terdiri dari media cetak, media elektronik, dan media audiovisual. Media cetak meliputi surat kabar, majalah, koran, *pamphlet*, dan lain-lain. Sedangkan media elektronik berupa handphone, radio, serta televisi. Media audiovisual seperti film dan internet. Pada zaman dahulu media cetak adalah media massa yang paling menonjol, tetapi sekarang erbagai media tersebut mengalami berbagai perkembangan yang terbilang sangat pesat.

Perkembangan media massa elektronik yang paling pesat adalah televisi. Bahkan sekarang setiap rumahpun tidak ada yang tidak punya televisi, dan sampai sekarang masih terus berkembang. Dengan televisi khalayak dapat melihat dan mendengar informasi yang disampaikan oleh komunikator massa. Dengan menyajikan gambar bergerak, masyarakat pun akan lebih cepat menerima apa yang ditayangkan. Serta beragam acara televisi seperti hiburan, berita, iklan yang ditayangkanpun tidak membuat bosan para penonton.

Siaran-siaran yang ada di televisi banyak mempengaruhi kehidupan masyarakat. Hal ini disebabkan dalam tayangan televisi memiliki daya rangsang yang tinggi. Selain itu, televisi merupakan salah satu medium terfavorit bagi para pemasang iklan di Indonesia³. Kemajuan teknologi dibidang televisi mampu

² Onong Uchjana, *ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2001,) 145

³ Morissan, *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi*, (Jakarta: Kencana, 2009), 10.

menjangkau jarak yang lebih jauh dengan suara lebih baik. Televisi melalui pancaran satelitnya mampu menghubungkan suatu siaran secara visual, auditif, hidup dan pada saat suatu peristiwa terjadi, dengan kata lain televisi dapat melakukan siaran secara langsung. Televisi merupakan media dominan komunikasi massa di seluruh dunia, dan sampai sekarang masih terus berkembang

Saat ini, masyarakat hampir tidak bisa lepas dari televisi. Kehadiran televisi seperti sudah menjadi kebutuhan primer hampir di setiap rumah, baik di daerah perkotaan maupun pelosok desa. Selain sebagai media komunikasi, televisi mampu menayangkan acara-acara menarik sehingga bisa membuat masyarakat mengagumi televisi. Oleh karena itu, tanpa mereka sadari televisi mampu mengubah pola pikir dan perilaku masyarakat. Saat ini televisilah yang paling berpengaruh pada kehidupan manusia.

Televisi memberikan informasi, menghibur, dan membujuk. Rata-rata orang menghabiskan waktu menonton televisi sekitar 7 jam dalam sehari⁴. Televisi memiliki fungsi sama dengan media massa lainnya, yaitu memberi informasi, mendidik, menghibur, dan membujuk. Jenis-jenis acara televisi juga menarik dan sangat beragam. Mulai dari music, pendidikan, berita, *infotainment*, sinetron, gelar wicara, tayangan keagamaan, bahkan sampai tayangan azān.

Azān merupakan ajaran Islam yang memberi informasi untuk mengajak umat Islam sebagai penanda agar bergegas melaksanakan ibadah shalat. Azān dikumandangkan oleh seseorang yang disebut muadzin dari mesjid setiap memasuki waktu lima waktu shalat. Adapun penjelasan dari HR. Bukhari dan Muslim No. 595, 6705 mengatakan "*Sholatlah kalian seperti kalian melihat aku sholat. Maka jika waktu sholat sudah tiba, hendaklah salah seorang dari kalian mengumandangkan azān, dan hendaklah yang menjadi Imam adalah yang paling tua di antara kalian*". Dengan hadis tersebut sudah jelas dikatakan bahwa azān merupakan seruan umat islam ketika memasuki waktu sholat.

Azān dikumandangkan sebanyak 5 kali dalam satu hari, yaitu pada waktu subuh, dzuhur, ashar, maghrib dan isya. Seiring perkembangan zaman yang sudah modern, azān di kumandangkan dengan alat bantu pengeras suara (speaker) dengan tujuan agar masyarakat dapat mendengar lantunan azān secara meluas, berbeda

⁴ Effendy uchana Onong. *Dinamika Komunikasi*, (PT.Remaja Rosdakarya, Bandung,2004),70.

pada zaman Nabi Muhammad SAW, muadzin hanya menaiki menara masjid atau naik di atap masjid agar Azān bisa terdengar secara meluas ke masyarakat.

Biasanya kita mendengar azān di tempat-tempat ibadah umat islam baik di masjid, maupun musholla. Tak hanya itu, sekarang media massa televisive pun menayangkan video tayangan azān guna memperingatkan penonton bahwa waktu ibadah sudah tiba. Dikutip berdasarkan situs *web* resmi Nahdatul Ulama oleh Achman Mukafi Niam yang menyebutkan bahwa azān dan iqamah sendiri menurut *fiqih* merupakan salah satu kesunnahan yang harus dikumandangkan bagi mereka yang hendak mendirikan shalat. Hal ini menjadi penting apabila kita mengingat sebuah hadits Rasulullah saw yang menerangkan keutamaan azān, bahwa ketika azān dikumandangkan, setan lari terbirit-birit sambil kentut hingga ia tidak mendengar suara azān. Ketika azān telah selesai maka ia muncul lagi dan pada saat iqamah diperdengarkan, ia pun lari terbirit-birit lagi. Dan ketika iqamah selesai ia datang kembali dan membisikkan sesuatu kepada dalam hati manusia dan mengingatkan manusia segala ini-itu, yang tidak teringat sebelum shalat. Demikian, sehingga manusia itu lupa (ragu) berapa rakaat yang telah ia kerjakan. Sebagaimana diterangkan dalam *Mukhtashar Sahih Bukhari* di bawah ini:

حدثنا عبد الله بن يوسف قال أخبرنا مالك عن أبي الزناد عن الأعرج عن أبي هريرة أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال إذا نودي للصلاة أدبر الشيطان وله ضراط حتى لا يسمع التأذين فإذا قضى النداء أقبل حتى إذا ثوب بالصلاة أدبر حتى إذا قضى الثوب أقبل حتى يخطر بين المرء ونفسه يقول اذكر كذا اذكر كذا لما لم يكن يذكر حتى يظل الرجل لا يدرى كم صلى

Artinya : *Kaum muslim yang biasa dikumandangkan dalam waktu-waktu penting tertentu yang dianggap 'rawan' dari godaan syaitan. Sebagaimana azān-iqamah diperdengarkan ditelinga mereka yang pingsan, atau ketika melihat ular yang tidak pada tempatnya (di kantor, di rumah dll).*

Begitu dekatnya hubungan *azān-iqamah* dengan shalat, sehingga keduanya menjadi simbol dari keislaman itu sendiri. Belum lagi kandungan keduanya yang menyerukan *syahadat tauhid* dan rasulnya. Oleh karenanya sebagian masyarakat muslim menjadikan *azān* sebagai salah satu tradisi penanda ketauhidan yang sangat bernilai bagi mereka yang mendengarkan baik sebagai bentuk pengajaran (seperti *azān-iqamah* untuk bayi yang baru lahir) atau pengingat (bagi mayit yang hendak dikuburkan)⁵. Berdasarkan kutipan diatas, menunjukkan bahwa *azān* memiliki nilai dan makna yang sangat penting bagi umat Muslim. Dalam konteks ini, menyiarkan *azān* di televisi menjadi suatu hal yang penting. Siaran *azān* di televisi memiliki potensi untuk mencapai dan mempengaruhi jumlah yang lebih besar dalam masyarakat. Dengan demikian, *azān* di televisi dapat menjadi sarana yang efektif untuk menyampaikan panggilan ibadah kepada sebanyak mungkin orang, termasuk mereka yang mungkin tidak berada di dekat masjid atau tidak mendengar *azān* dari masjid terdekat. Dengan *azān* yang disiarkan di televisi, penggunaan media yang dapat mencapai berbagai lapisan masyarakat ini akan membantu meningkatkan kesadaran dan kecintaan terhadap agama, mengingatkan orang-orang untuk menjalankan shalat tepat waktu, serta memperkuat pemahaman akan pentingnya menjaga hubungan dengan Allah SWT. Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Enjang Zaki KH yang berjudul Analisis semiotik footage dalam tayangan *azān maghrib* di TvOne (2015) menunjukkan hasil bahwa *Azān* yang disiarkan oleh media massa seperti televisi menjadi pengingat waktu shalat telah tiba, serta ibadah sosial yang mengandung nilai insani dengan menjadi warga negara yang baik yang mengikuti pemilu dan memberi gambaran sosok pemimpin yang baik sesuai dengan yang dijelaskan dalam Al-Qur'an (nilai-nilai Illahi)⁶.

Selain itu, *azān* di televisi juga dapat menjadi sumber inspirasi dan pengingat bagi umat Muslim dalam menjalankan ibadah sehari-hari. Dengan mendengarkan *azān* secara rutin melalui televisi, mereka dapat merasa terhubung dengan umat Muslim lainnya dan merasakan kebersamaan dalam menjalankan kewajiban

⁵ <https://islam.nu.or.id/ubudiyah/sunnah-dan-hikmah-azān-GM1L7>, diakses 14 Juli 2023

⁶Enjang Zaki Khoeruman, *Analisis semiotik footage dalam tayangan azān maghrib di TvOne* (Jakarta, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta)

agama. Siaran azān di televisi juga memberikan kontribusi dalam memperkuat identitas keislaman dalam masyarakat, mengingatkan azān sebagai simbol penting dalam agama Islam. Oleh karena itu, berdasarkan sumber yang disebutkan, dapat disimpulkan bahwa siaran azān di televisi memiliki pentingnya tersendiri dalam menyebarkan pesan agama, memperkuat nilai-nilai keislaman, dan mengingatkan umat Muslim akan pentingnya menjalankan ibadah dengan tepat waktu.

Untuk televisi tayangan azān ditayangkan sesuai dengan waktu sholat ibu kota Indonesia Jakarta, dan tayangan inipun dikemas dengan visual yang beragam. Didalam tayangan azān pun tidak hanya menayangkan proses dari seseorang mendengarkan azān sampai ia membaca do'a setelah azān, tetapi di dalam tayangan azān juga menayangkan audiovisual atau sebuah alur cerita yang tentunya memuat ajaran dakwah, termasuk bersifat *aqidah*, *Syari'ah* dan bahkan akhlak.

Banyak televisi yang menayangkan dakwah yang baik untuk dilakukan, akan tetapi penonton masih banyak yang tidak menghayati alur cerita dalam tayangan tersebut, hanya dianggap sekilas padahal tayangan itu sangatlah berharga bagi umat muslim. Masyarakat masih banyak yang lebih asik melihat tayangan lain seperti film, sinetron dan lainnya. Seharusnya di era kecanggihan teknologi ini mampu menumbuhkan semangat keimanan agama yang berlipat-lipat dibandingkan pada masa umat Islam dahulu. Akan tetapi realita dikehidupan tidak sepenuhnya seperti itu. Suara azān dianggap sebagai sebuah seruan kebiasaan tanpa meninggalkan jejak-jejak penghayatan keagamaan yang hakiki.

Beberapa stasiun televisi menyebarkan dakwah melalui sebuah tayangan yang mampu menyadarkan masyarakat untuk beribadah, karena melihat mayoritas penikmat televisi cenderung lupa, ketika waktu maghrib telah tiba masih banyak orang yang lalai untuk segera menunaikan sholat maghrib. Seharusnya kita sebagai muslim harus menerapkan nilai-nilai keislaman.

Azān merupakan salah satu ajaran agama yang agung. Menurut bahasa, azān berarti mengumumkan sesuatu. Kata azān pun termaktub dalam ayat Alquran. Di antaranya QS al-Anbiyaa ayat (109) yang berbunyi :

فَإِنْ تَوَلَّوْا فَعُلَّوْا ۚ إِنَّ أَدْرَىٰ أَقْرَبَٰتِ أُمَّ بَعِيدٍ مَّا
تُوعَدُونَ

Artinya :*Jika mereka berpaling, maka katakanlah: "Aku telah menyampaikan kepada kamu sekalian (ajaran) yang sama (antara kita) dan aku tidak mengetahui apakah yang diancamkan kepadamu itu sudah dekat atau masih jauh?" (QS al-Anbiyaa: 109)*⁷.

Dalam ayat diatas, dijelaskan bahwa Nabi Muhammad SAW menyampaikan pesan-pesan yang sama kepada orang-orang yang memalingkan diri dari ajarannya. Meskipun Nabi Muhammad SAW tidak mengetahui apakah ancaman yang diajarkan itu akan segera terjadi atau masih akan lama, dia tetap bertanggung jawab menyampaikannya.

Di ayat yang lain, Allah SWT juga menggunakan kata azān untuk menyampaikan firman-Nya dalam surat At-Taubah ayat (3) :

وَأَذَانٌ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۖ إِلَى النَّاسِ يَوْمَ الْحَجِّ الْأَكْبَرِ أَنَّ اللَّهَ بَرِيءٌ مِّنَ الْمُشْرِكِينَ ۖ وَرَسُولُهُ ۗ فَإِن تُبْتُمْ فَهُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ وَإِن تَوَلَّيْتُمْ فَاعْلَمُوا أَنَّكُمْ عَنِ الْمُعْجِزِ اللَّهِ ۖ وَبَشِيرِ الَّذِينَ كَفَرُوا بِعَذَابِ آيَاتِهِ

Artinya : *Dan satu maklumat (pemberitahuan) dari Allah dan Rasul-Nya kepada umat manusia pada hari haji akbar, bahwa sesungguhnya Allah dan Rasul-Nya berlepas diri dari orang-orang musyrik. Kemudian jika kamu (kaum musyrikin) bertobat, maka itu lebih baik bagimu; dan jika kamu berpaling, maka ketahuilah bahwa kamu tidak dapat melemahkan Allah. Dan berilah kabar gembira kepada orang-orang kafir (bahwa mereka akan mendapat) azab yang pedih (QS a-Taubah:3).*

Berdasarkan QS At-Taubah ayat (3), ayat tersebut menyatakan bahwa Allah dan Rasul-Nya menyampaikan maklumat bahwa mereka berlepas diri dari orang-orang musyrik, yaitu mereka yang menyekutukan Allah. Ayat ini menggarisbawahi pentingnya memahami dan mengikuti ajaran Islam yang benar, serta memperingatkan orang-orang musyrik akan mendapatkan azab yang pedih jika mereka tetap dalam kekafiran. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa panggilan melalui suara azān secara tidak langsung

⁷ Asep Usman Ismail. *Wawasan Al-Qur'an tentang Media Komunikasi dan Informasi* (Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah, 2012) h. 349

mengacu pada azān sebagai panggilan untuk shalat untuk beriman dan dijauhkan oleh orang-orang musyrik.

Dalam surat Al-Maidah ayat (58) juga dijelaskan sebagai berikut :

وَإِذَا نَادَيْتُمْ إِلَى الصَّلَاةِ اتَّخَذُوهَا هُزُوءًا وَلَعِبًا ۗ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَوْمٌ لَا يَعْقِلُونَ

Artinya : *Dan apabila kamu menyeru (mereka) untuk (melaksanakan) salat, mereka menjadikannya bahan ejekan dan permainan. Yang demikian itu adalah karena mereka orang-orang yang tidak mengerti (QS al-Maidah: 58)*⁸.

Penjelasan ayat diatas berkaitan dengan azān yang merupakan panggilan atau ajakan untuk shalat kepada kaum yang beragama Islam, tetapi mereka tidak menghormati dan menghargainya. Sebaliknya, mereka menganggapnya sebagai hal yang lucu dan dianggap sebagai permainan. Ayat tersebut menyoroti sikap dan perilaku yang tidak patut terhadap ajakan untuk melaksanakan salat, serta ketidaktahuan atau penolakan mereka terhadap pentingnya menjalankan ibadah tersebut.

Dengan adanya surat Al-Maidah ayat (58) mengingatkan seorang muslim tentang perlunya menjaga sikap yang baik dan menghormati ajakan untuk melaksanakan salat serta memahami pentingnya menjalankan kewajiban agama dengan penuh keikhlasan.

Berdasarkan beberapa penggalan ayat suci Al-Qur'an diatas, menunjukkan bahwa sebagai umat muslim ketika azān sudah dikumandangkan, kita juga harus segera menunaikan kewajiban kita untuk melaksanakan sholat. Ataupun ketika menonton tayangan azān, kita bisa mencontoh muatan dakwah atau nilai keislaman yang terkandung didalamnya. Dari kebiasaan seperti ini, media televisi membuat tayangan azān maghrib, tujuannya agar semua orang ingat bahwa waktu sholat maghrib sudah tiba dan menuangkan pesan-pesan nilai keislaman yang bisa diambil hikmahnya melalui tayangan azān tersebut.

Seharusnya tayangan azān maghrib dalam televisi mampu menyadarkan kita tentang masuknya waktu shalat yang tepat. Akan tetapi banyak tayangan azān yang tidak sesuai dengan makna yang

⁸ Asep Usman Ismail. *Wawasan Al-Qur'an tentang Media Komunikasi dan Informasi* (Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah, 2012) h. 352

ingin disampaikan, dalam tayangan azān itu sendiri, mereka malah keluar dari fokus penyampaian makna azān yang sebenarnya. Berawal dari latar belakang tersebut, Maka peneliti tertarik untuk mengkaji hal tersebut sebagai sebuah penelitian yang berjudul “**Analisis Semiotik dalam Tayangan Gambar Azān di Simpang5 TV Jawa Tengah**”.

Tayangan azān tidak hanya ada pada televisi swasta atau bahkan nasional, tetapi televisi lokal pun ikut turut dalam penayangan azān, seperti halnya salah satu televisi lokal Simpang5tv Jawa Tengah. Semua tayangan azān berbeda antar televisi dan yang menarik menurut penulis adalah tayangan azān yang ditayangkan oleh stasiun televisi Simpang5tv Jawa Tengah.

Televisi lokal tersebut memiliki tayangan azān dengan maknanya tersendiri. Di mana makna-makna tersebut akan penulis teliti dengan menggunakan analisis semiotik. Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tentang tanda-tanda⁹. Dari visualisasi tayangan video azān yang terdapat dalam Simpang5Tv Jawa Tengah inilah yang akan penulis teliti makna nilai keislamannya baik dari segi *aqidah*, *Syari'ah*, dan akhlakunya. Makna-makna visual tersebutlah yang diteliti dengan menggunakan analisis semiotik berdasarkan teori Roland Barthes.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian adalah batasan penelitian untuk memperjelas ruang lingkup penelitian dan melibatkan beberapa bagian tertentu dari topik penelitian. Pada latar belakang tersebut. Maka penelitian ini berfokus pada makna nilai keislaman dalam tayangan azān di Simpang5tv Jawa Tengah menggunakan metode analisis semiotik model Roland Barthes.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan yang bisa diangkat sebagai objek penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tayangan video azān di Simpang5 TV Jawa Tengah?
2. Bagaimana makna yang terkandung dalam tayangan video azān di Simpang5 TV Jawa Tengah?

⁹ Rachmat Kriyantono, *Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2006), 265.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui tayangan video azān di Simpang5 TV Jawa Tengah.
2. Untuk mengetahui makna yang terkandung dalam tayangan azān di Simpang5 TV Jawa Tengah.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan akan memberikan wacana kepada khalayak akademis dan masyarakat pada umumnya tentang nilai keislaman melalui tayangan azān maghrib di stasiun tv Simpang5tv Jawa Tengah.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa ilmu pengetahuan dan pemikiran baru terhadap perkembangan keilmuan di bidang Penyiaran khususnya pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
2. Manfaat Praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan literatur kepustakaan dalam bidang Penyiaran khususnya bagi Fakultas Dakwah dan Komunikasi di Institut Agama Islam Negeri Kudus
 - b. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi di Institut Agama Islam Negeri Kudus

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan menjelaskan isi setiap bab dalam penyusunan skripsi untuk mempermudah dan memahami gambaran tentang penelitian dari keseluruhan penelitian. Di dalam penulisan skripsi, penulis membaginya menjadi setiap bagian yang setiap bagian memiliki isi yang berbeda:

1. Bagian Awal

Halaman Judul, Pengesahan Majelis Penguji Ujian Munaqosyah, Pernyataan Keaslian Skripsi, Abstrak, Moto Persembahan, Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Kata Pengantar, Daftar Isi, Daftar Singkatan (jika ada), Daftar Tabel (jika ada), Daftar Gambar/Grafik (jika ada).

2. Bagian Isi

Terdiri dari lima bab. setiap bab terdiri dari sub-sub bab, secara sistematis meliputi:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, sistematika penulisan.

BAB II: KAJIAN TEORI

Bab ini menjelaskan kajian teori terkait judul, penelitian terdahulu dan kerangka pikir.

BAB III: METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, subyek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran objek penelitian, deskripsi data penelitian dan analisis data penelitian.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berupa simpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan, serta menjadi penutup dari pembahasan.

3. Bagian Akhir

Berisi daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup peneliti.