

**MENYINGKAP SOROTAN MAJALAH MATAHATI
TERHADAP MUZAKKI
(Studi Analisis Framing Majalah Matahati Banyumas)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)**

**Oleh:
M. RIFKI FATHUR RIZQI
NIM. 1223102009**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
2016**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Informasi merupakan kebutuhan setiap manusia. Bahkan seiring dengan perkembangan zaman, bagi kalangan tertentu informasi telah menjadi kebutuhan primer. Bagi orang yang telah bisa mengikuti perkembangan zaman, setiap harinya mereka tidak akan melewatkannya tanpa berita. Perkembangan teknologi yang semakin pesat memudahkan publik untuk mencari dan mengakses informasi. Media menjadi kebutuhan setiap orang terbukti dari hasil survei di Amerika.¹

Media dalam berkomunikasi beragam macamnya. Ada media secara langsung, tidak langsung dan ada media massa. Media massa adalah media yang digunakan dalam berkomunikasi yang mampu menyampaikan pesan kepada banyak komunikan secara bersamaan dan luas. Contoh televisi, koran, buku, internet, radio dan sebagainya. Media tersebut menjadi sesuatu yang bernilai tinggi bagi masyarakat jika mereka menginginkan informasi.

Media adalah alat atau perantara yang dipakai lakon komunikasi dalam berkomunikasi². Dengan adanya saluran penyampai pesan berita yang efektif akan membuat pesan tersampaikan secara cepat dan merata. Jika pesan telah

¹ Hasil survei di Amerika, orang dewasa saat ini menghabiskan waktu lebih banyak untuk menggunakan media daripada tanpa media dalam 24 jam. Media massa banyak mempengaruhi pola hidup masyarakat. Karena begitu seringnya orang memakai media, kini media massa dapat mempengaruhi orang dalam bersuara dan membelanjakan uang. Setidaknya, industri-industri media di Amerika memperoleh pendapatan sekitar US 436 miliar dalam setahun. Selengkapnya dapat dibaca di *Media Impact* edisi 9 karya Shirley Biagi (Jakarta : Salemba Humanika, 2010) hlm. 5

² Komunikasi adalah tindakan atau perilaku mengirim pesan, ide, dan pendapat dari seseorang ke orang lainnya. setidaknya manusia melakukan komunikasi dalam tiga bentuk, yaitu komunikasi intra personal, komunikasi interpersonal dan komunikasi massa. Komunikasi massa adalah komunikasi dari seseorang atau kelompok orang melalui alat pengirim (media) kepada para khalayak atau pasar.

tersampaikan, maka tujuan komunikasi mendekati berhasil. Dan model komunikasi yang menggunakan media massa dinamakan sebagai komunikasi massa.

Beberapa konsep dasar yang terkandung dalam komunikasi massa adalah bahwa komunikasi massa diarahkan kepada *audiens* yang relatif banyak, besar dan heterogen. Komunikasi massa juga disebarkan secara umum dan mengandung muatan pesan yang bersifat serempak dan sementara. Selain itu, komunikator dalam model komunikasi ini juga cenderung berada dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar. Oleh karena itu, jelas dibutuhkan pemilihan media penyampai pesan secara tepat dan akurat.³

Media merupakan hal penting yang harus diperhatikan dalam menyampaikan sebuah pesan publik. Ketepatan dalam memilih media akan sangat berpengaruh terhadap kualitas komunikasinya. Media massa memiliki tiga kekuatan khusus dalam menyampaikan pesan, yaitu bisa menyampaikan pesan secara cepat, menyampaikan pesan secara merata dan sekarang media massa adalah menjadi kebutuhan bagi setiap orang.⁴ Salah satu media massa tersebut adalah majalah, dan majalah adalah media yang akan diulas dan diteliti secara mendalam dalam penelitian ini.

Majalah adalah format penerbitan pers berukuran kertas quarto, folio atau setengah tabloid yang umumnya terbit secara periodik.⁵ Media ini digunakan untuk mengkhabarkan berita dan opini kepada khalayak guna tersebar secara cepat dan merata kepada kalangan tertentu. Majalah merupakan suatu media massa yang

³ Werner J. Severin dan James W. Tankard. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa*. (Jakarta : Prenada Media, 2001) hlm. 4

⁴ Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 27

⁵ Asep Syamsul. *Kamus Jurnalistik*. (Bandung : Simbiosis Rekatama Media, 2008) hlm. 84

memuat pesan dengan kriteria tertentu sesuai dengan segmentasi pembaca. Penerbitan majalah diawali dengan pemrosesan yang dilakukan oleh redaktur yang dipimpin oleh pimpinan redaksi. Redaktur tersebut secara umum terbagi menjadi redaktur pelaksana, redaktur halaman atau editor, asisten redaktur dan beberapa bagian lainnya sesuai dengan kebutuhan majalah tersebut. Sedangkan pimpinan redaksi bertugas mengendalikan seluruh kegiatan keredaksian di perusahaannya. Kegiatan itu meliputi menyajikan berita, penentuan liputan, pencarian fokus berita, penentuan topik, pemilihan *headline* dan bertanggungjawab atas tuntutan hukum yang disebabkan muatan tulisan dalam majalah tersebut.⁶

Masih sama dengan fungsi media massa lainnya, majalah memiliki fungsi utama yaitu untuk media informasi, media hiburan, fungsi mendidik dan fungsi mempengaruhi. Adanya fungsi strategis tersebut menjadi alasan beberapa kelompok atau organisasi untuk bisa memiliki media majalah. Salah satu majalah milik sebuah lembaga yang akan menjadi objek penelitian kali ini adalah majalah Matahati milik Lazismu Banyumas.

Majalah Matahati adalah majalah milik Lazismu Banyumas⁷. Majalah ini pertama terbit pada tahun 2013 dengan pimpinan redaksi pertama adalah Rizka Saputri. Sesuai dengan visi misi majalah Matahati, majalah ini terbit sebagai media dakwah Muhammadiyah kepada masyarakat Banyumas. Selain itu, majalah Matahati juga berfungsi sebagai media informasi atas kondisi persyarikatan Muhammadiyah

⁶ Totok Djuroto. *Manajemen Penerbitan Pers*. (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2002) hlm. 19

⁷ Lazismu Banyumas adalah singkatan dari Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh Muhammadiyah Banyumas. Lazismu ini termasuk ke dalam AUM (Amala Usaha Muhammadiyah) daerah Banyumas. Keterangan lebih mendetail tentang Lazismu Banyumas akan dipaparkan di bab berikutnya.

dan juga kondisi Lazismu Banyumas itu sendiri. Terkhusus informasi yang diberikan adalah terkait dengan pemasukan dan pengeluaran di Lazismu Banyumas kepada para *muzakki* (orang yang berzakat) dan donatur lainnya.

Fakta di lapangan bahwa Lazismu Banyumas telah berhasil menjadi pionir di Banyumas sebagai lembaga pengelola zakat swasta. Meskipun Lazismu Banyumas merupakan lembaga swasta, namun sampai saat ini, Lazismu Banyumas telah menjadi amil zakat dengan pemasukan tertinggi kedua di Banyumas, yaitu mencapai 3.6 milyar pertahun.⁸ Banyaknya pemasukan tersebut tentu karena banyaknya pula donator dan *muzakki* yang mempercayakan Lazismu Banyumas sebagai penyalur dana zakat tersebut.

Kepercayaan yang sudah ada dari masyarakat adalah hal penting untuk selalu dijaga. Masyarakat percaya bahwa dana yang mereka titipkan akan sampai dan berguna untuk kesejahteraan masyarakat yang membutuhkan. Untuk menjaganya, maka Lazismu harus bisa mentasarufkan dana tersebut sesuai dengan yang seharusnya, membuat inovasi-inovasi baru dalam pentasarufannya, memperbaiki manajemen dan pengelolaan dan transparansi dana kepada masyarakat. Karena diakui atau tidak, jika lembaga zakat dikelola dengan baik, maka zakat akan bisa meningkatkan kesejahteraan umat, meningkatkan etos dan kerja umat serta sebagai institusi pemerataan ekonomi masyarakat.⁹

Majalah Matahati sebagai media yang bersifat informatif adalah salah satu media Lazismu untuk menjaga kepercayaan tersebut. Untuk menjaga dan menambah

⁸ Peringkat tersebut berada di bawah BAZNAS (Badan Amil Zakat Nasional) Kabupaten Banyumas yang menduduki peringkat pertama dengan perolehan pemasukan mencapai 3,8 Milyar.

⁹ Didin Hafidhuddin. *Zakat dalam Perekonomian Modern*. (Jakarta : Gema Insani Press, 2002) hlm. 5

kepercayaan, Lazismu harus terlihat profesional, kreatif, tanggung jawab dan transparansi. Merupakan hal pasti, apabila Lazismu nampak baik, maka kepercayaan akan tetap terjaga bahkan meningkat. Begitu pula sebaliknya, jika Lazismu nampak buruk dan tidak profesional, maka kepercayaan dari masyarakat akan berkurang.

Dari hal tersebut, maka majalah Matahati memiliki peran besar dalam membentuk konstruk dan kepercayaan masyarakat, khususnya *muzakki*, kepada Lazismu Banyumas. Lazismu yang memiliki kepentingan untuk mendapat banyak pemasukan dari *muzakki* akan dengan sangat mudah mengkonstruk masyarakat sesuai kepentingannya melalui majalahnya. Dan sesuai dengan realita yang ada memang Lazismu telah berhasil mendapat peringkat kedua di Banyumas dengan mencapai pemasukan yang banyak. Dan dari sini pula, peneliti merasa perlu mengetahui secara mendalam alasan kenapa banyak masyarakat yang mempercayakan dana ZIS-nya kepada Lazismu Banyumas melalui analisis *framing* majalah. Peneliti perlu menganalisis konstruk *muzakki* yang diusung di dalam majalah Matahati.

Majalah yang diteliti adalah semua majalah Matahati yang sudah terbit di Banyumas sejak tahun 2013 sampai penelitian ini dilakukan, tahun 2016. Hal itu dikarenakan sejak tahun 2013 sampai penelitian ini berlangsung, 2016, tercatat bahwa Lazismu Banyumas selalu mengalami peningkatan dalam pemasukan dana Zakat Infaq dan Shodaqoh (ZIS) yang cukup signifikan.¹⁰ Keadaan tersebut membuat peneliti menduga bahwa peningkatan pemasukan tersebut kemungkinan salah

¹⁰ Perolehan dana zakat infaq dan shodaqoh Lazismu Banyumas adalah Rp. 1.983.301.150,- pada 2012, Rp. 3.045.241.300,- pada 2013, Rp. 3.375.672.295,- pada 2014 dan memperoleh Rp. 3.606.490.860,- pada tahun 2015. Selama empat tahun tersebut Lazismu mengalami peningkatan pemasukan yang cukup signifikan, terutama pada peralihan tahun 2012 ke 2013, yaitu sebesar Rp. 1.061.940.150 (53,54%)

satunya dipengaruhi oleh respon positif dari masyarakat dan sekaligus keberhasilan majalah mengkonstruksi pandangan masyarakat tentang masyarakat dalam majalah Matahati. Praduga tersebut berdasarkan teori bahwa media memiliki fungsi mempengaruhi publik.

Keseluruhan majalah perlu diteliti agar peneliti dan pembaca nantinya bisa mengetahui *framing* yang dibuat oleh penerbit secara lebih komprehensif dan mendalam. Meskipun setiap tahun majalah terbit dengan tidak sesuai target waktunya, yaitu terbit setiap tiga bulan sekali, tapi dalam kurun waktu empat tahun tersebut majalah Matahati selalu terbit setiap tahunnya. Terhitung di tahun 2013 majalah memiliki enam edisi, 2014 memiliki empat edisi, 2015 memiliki dua edisi, dan 2016 memiliki tiga edisi.¹¹ Untuk menjawab persoalan peneliti, yaitu tentang *framing* majalah, maka analisis *framing* adalah teori analisis yang paling tepat untuk menjawab persoalan ini.

B. Definisi Operasional

1. Analisis *Framing*

Pada dasarnya, analisis *framing* merupakan versi terbaru dari pendekatan analisis wacana, khususnya untuk menganalisis teks media.¹²

Framing adalah metode untuk melihat cara bercerita media atas beritanya. Cara bercerita media juga tergantung cara melihatnya media terhadap suatu realita.

Pada akhirnya, cara melihat dan cara bercerita ini akan berpengaruh pada konstruksi realita yang tumbuh dalam audiens.

¹¹ Berdasarkan rencana yang dicanangkan Lazismu Banyumas frekuensi terbit majalah Matahati per-tahun adalah empat kali. Namun karena menyesuaikan situasi dan kondisi maka jumlah frekuensi terbit majalah Matahati tidak selalu tepat waktu.

¹² Alex Sobur. *Analisis Teks Media Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2002) hlm. 162

Analisis *framing* adalah analisis yang dipakai untuk melihat bagaimana media mengkonstruksi realitas. Analisis *framing* juga dipakai untuk melihat bagaimana peristiwa dipahami dan dibingkai oleh media. Ada dua esensi utama dari teknik *framing* tersebut. *Pertama*, bagaimana peristiwa dimaknai. Ini berhubungan dengan bagian mana yang diliput dan mana yang tidak diliput. *Kedua*, bagaimana fakta itu ditulis. Aspek ini berhubungan dengan pemakaian kata, kalimat dan gambar untuk mendukung gagasan.¹³

Salah tokoh keilmuan analisis *framing*, Zongdan Pan dan Gerald M. Kosicki, dalam teorinya, mereka mengoperasionalkan empat dimensi struktural teks berita sebagai perangkat *framing*, yaitu struktur *sintaksis*, struktur *skrip*, struktur *tematik* dan struktur *retoris*. Keempat dimensi ini membentuk semacam tema yang mempertemukan elemen-elemen semantik narasi berita dalam suatu koherensi global. Model ini berasumsi bahwa setiap berita pasti memiliki *frame* yang berfungsi sebagai pusat organisasi ide.

2. Majalah Matahati

Majalah Matahati adalah satu dari sekian banyak majalah di Banyumas. Majalah ini merupakan salah satu media publikasi dan informasi dari Lazismu Banyumas kepada masyarakat, khususnya untuk para *muzakki* yang telah mempercayakan penyaluran dana ZIS-nya melalui Lazismu Banyumas. Di samping berguna untuk memberitakan tentang kondisi Lazismu Banyumas sendiri, majalah ini juga berfungsi sebagai media dakwah sekaligus sebagai

¹³ Eriyanto, *Analisis Framing...* hlm. 10

media komunikasi kepada persyarikatan Muhammadiyah, dan masyarakat lain pada umumnya.

Majalah Matahati pertama mulai terbit di Banyumas adalah sejak tahun 2013. Majalah yang memiliki 11 rubrik utama ini memiliki frekuensi terbit majalah empat kali dalam setahun. Majalah ini dibagi kepada semua *muzakki* di Lazismu Banyumas, lembaga ortom-ortom muhammadiyah dan masyarakat secara umum yang berlangganan.¹⁴

3. *Muzakki*

Fiqih zakat telah merinci hal ihwal tentang zakat secara merinci, dan *muzakki* adalah salah satu bagian pembahasannya. Agar dapat dipahami secara sistematis, maka perlulah peneliti menjelaskan sedikit tentang zakat. Secara etimologi, zakat berasal dari kata dasar bahasa arab “*zaka*” yang berarti berkah, tumbuh, bersih, baik dan bertambah. Sedangkan secara terminologi dalam fiqih, zakat berarti sebutan atau nama bagi sejumlah harta tertentu yang diwajibkan oleh Allah Swt supaya diserahkan oleh orang yang wajib berzakat kepada orang-orang yang berhak menerima zakat. *Muzakki* dalam zakat adalah termasuk rukun zakat. *Muzakki* berarti orang yang -wajib- berzakat. Seseorang dengan ketentuan sudah memenuhi kriteria maka dia wajib mengeluarkan zakat sesuai jenis harta yang dimilikinya.¹⁵

Dalam konteks penelitian ini, karena yang diteliti adalah majalah milik lembaga amil zakat, infaq dan shodaqoh, maka penyebutan kata *muzakki* adalah

¹⁴ Data tersebut diperoleh dari proposal resmi penawaran iklan majalah Matahati Banyumas yang akan diterbitkan bulan April 2016.

¹⁵ Umrotul Khasanah. *Manajemen Zakat Modern Instrumen Pemberdayaan Ekonomi Umat*. (Malang : UIN Maliki Press, 2010) hlm. 60

mewakili semua orang yang berzakat, infaq dan shodaqoh. Penegasan ini perlu disebutkan di awal agar tidak menimbulkan kebingungan serta kerancuan bagi pembaca pada bagian-bagian berikutnya. Hal ini juga berlandaskan atas pemakaian kata *muzakki* oleh para amil di Lazismu Banyumas tersebut dalam menyebutkan orang yang berzakat, infaq dan shodaqoh.

Setelah penjelasan definisi operasional tersebut, di akhir sub-bab ini peneliti akan kembali menegaskan bahwa maksud dari penelitian ini adalah analisis untuk mengetahui bentuk *framing* majalah Matahati tentang *muzakki* di Lazismu Banyumas.

C. Rumusan Masalah

Dengan berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana majalah Matahati membingkai konstruk *muzakki* di Lazismu Banyumas?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Mengacu pada poin yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mencari tahu serta menjelaskan *framing* majalah Matahati terhadap *muzakki* di Lazismu Banyumas;

Sedangkan manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua klasifikasi :

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis, penelitian ini akan bermanfaat dengan memberikan sumbangsih berupa *khazanah* keilmuan dan koleksi ilmiah bagi institut. Penelitian ini juga

dapat dimanfaatkan sebagai sumber informasi tentang media massa dan analisis *framing* oleh peneliti lain atau pembaca secara umum.

2. Manfaat praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini akan bermanfaat bagi pengelola media agar lebih baik dalam mengelola roda informasi dan berita. Dan terkhusus bagi Lazismu Banyumas, hasil penelitian ini bisa menjadi bahan pertimbangan untuk penerbitan malajah edisi yang akan datang.

E. Tinjauan Pustaka

Pembahasan sistematis mengenai analisis *framing* dan majalah merupakan suatu bahasan yang menarik. Hal ini sudah beberapa kali dilakukan oleh beberapa orang atau lembaga. Berikut adalah beberapa *sample* pustaka kajian yang telah membahas tentang tema terkait secara sistematis.

Skripsi dengan judul “*Konstruksi Pemberitaan Program Nuklir Iran (Analisis Framing pada Harian Republika dan Media Indonesia)*” karya Dede Nugraha, mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta telah membahas *framing* berita di dua koran. Penelitian ini memakai metodologi kualitatif dan memakai teori milik Pan dan Kosicki. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu model pemberitaan di dua media massa besar di Indonesia terhadap suatu peristiwa nuklir di Iran. Hasil penelitian tersebut adalah bahwa Republika lebih menampilkan berita dengan muatan pembelaan terhadap Iran. Sedangkan media Indonesia menyampaikan berita dengan sudut pandang lebih luas, yaitu adanya kompetisi antar negara.¹⁶ Penelitian tersebut

¹⁶ Nugraha, Dede. *Konstruksi Pemberitaan Program Nuklir Iran (Analisis Framing pada Harian Republika dan Media Indonesia)* (Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah, 2010)

berbeda dengan penelitian ini karena ini hanya meneliti satu media saja tanpa membandingkan dengan media lain.

Buku karya Eriyanto yang berjudul *Analisis Framing* adalah pustaka yang sangat lengkap untuk membahas tentang analisis *framing*. Dalam buku tersebut telah dibahas tentang pengertian, model dan teknis pemakaian teori-teori tersebut dalam sebuah penelitian analisis *framing*.¹⁷ Hanya saja dalam buku tersebut baru sekadar pemaparan teori-teori analisis tidak sampai terjun ke dalam penelitian langsung. Sedangkan penelitian ini adalah ranah aplikatif dari teori-teori tersebut.

Telaah ilmiah lain yang berkaitan dengan tema penelitian ini adalah analisis *framing* terhadap media berita online Suara Merdeka dan Kedaulatan Rakyat. Penelitian tersebut tertulis dalam skripsi milik Maeni Nurfaridah yang berjudul “*Sikap Suara Merdeka dan Kedaulatan Rakyat terhadap Gerakan Ahmadiyah (Analisis Framing Model William A. Gomson di Suara Merdeka Cybernews dan Kedaulatan Rakyat Online)*”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif interpretatif dan menghasilkan kesimpulan bahwa ada perbedaan dalam cara pandang media tersebut terhadap status *Ahmadiyah*. Suara Merdeka CyberNews memaklumi adanya *Ahmadiyah* karena Indoneisa adalah negara yang menjunjung tinggi hak asasi manusia. sedangkan Kedaulatan Rakyat Online menganggap bahwa karena *Ahmadiyah* hidup d negara yang berasaskan hukum, maka *Ahmadiyah* harus mengikuti hukum yang berlaku. Dari cara pandang yang berbeda tersebut maka pada akhirnya memunculkan sudut pandang yang berbeda pula dalam penerbitan berita-

¹⁷ Eriyanto. *Analisis Framing...*

berita tentang *Ahmadiyah*.¹⁸ Masih sama dengan pustaka sebelumnya, penelitian ini meneliti dua media dan membandingkannya, sehingga berbeda dengan penelitian ini.

Tinjauan pustaka berikutnya adalah penelitian skripsi milik Gema Mawardi yang berjudul *Pembingkaiian Berita Media Online (Analisis Framing Mundurnya Surya Paloh dari Partai Golkar di mediaindonesia.com dan vivanews.com tanggal 7 September 2011)*. Analisis tersebut menggunakan metode kualitatif yang memakai pendekatan analisis *framing* model Zongdan Pan dan Gerald M. Kosicki. Dari analisis terhadap media itu, dihasilkan kesimpulan bahwa mediaindonesia.com melakukan pemberitaan tentang Surya Paloh dengan latar kepentingan pemilik media. Sedangkan vivanews.com dinilai tampak lebih mengusahakan untuk terbentuknya berita yang objektif. Penelitian ini sama-sama memakai teori Zongdan dan Kosicki, namun berbeda dalam dalam penggunaannya yaitu karena penelitian saya hanya untuk menganalisis satu media saja.¹⁹

Tinjauan pustaka lainnya adalah skripsi karya Al Abdulloh Sukri yang berjudul *Isu Pilkada Banyumas di harian Radar Banyumas (Analisis Framing)*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan berusaha mencari tahu bentuk pembingkaiian berita Radar Banyumas tentang bakal-bakal calon yang ada di Banyumas. Dengan menggunakan pendekatan analisis *framing* Robert N Entman, hasilnya, terbukti bahwa Radar Banyumas tetap objektif dalam pemberitaannya terkait Pilkada. Tidak ada ketidakseimbangan berita dengan adanya isu tersebut.

¹⁸ Maeni, Nurfaridah. *Sikap Suara Merdeka dan Kedaulatan Rakyat terhadap Gerakan Ahmadiyah (Analisis Framing Model William A. Gomson di Suara Merdeka Cybernews dan Kedaulatan Rakyat Online)*. (Purwokerto : STAIN Purwokerto, 2009)

¹⁹ Gema Mawardi. *Pembingkaiian Berita Media Online (Analisis Framing Mundurnya Surya Paloh dari Partai Golkar di mediaindonesia.com dan vivanews.com tanggal 7 September 2011)*. (Jakarta : Universitas Indonesia, 2012)

Bahkan, Radar Banyumas nampak memperhatikan rakyat biasa dengan dalih kebebasan demokrasi dan politik.²⁰ Penelitian tersebut sudah cukup rapih dan sistematis. Hanya saja tetap berbeda dengan penelitian yang sedang dilakukan ini karena penelitian ini mengambil *angle* pengkonstruksian *muzakki* kepada khalayak dalam majalah.

Dan telaah pustaka yang terakhir adalah skripsi karya Weni Ariyanti yang berjudul “*Strategi BMT Al Mujahidin Cilacap dalam Membangun Opini Publik untuk Pengembangan Misinya di Wilayah Cilacap Utara*”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Hasil dari peneelitan ini adalah bahwa BMT tersebut menggunakan strategi publikasi tentang BMT terhadap masyarakat menggunakan berbagai media massa seperti iklan surat kabar, radio dan papan reklame. Muatan pesan yang disampaikan dalam media tersebut adalah pesan yang bersifat informatif, tekanan dan bujukan atau persuasif.²¹ Penelitian tersebut menfokuskan tentang fungsi media sebagai pengkonstruk opini publik. Sedangkan penelitian yang saya lakukan belum masih dalam kadar mencari tahu media di sini diperankan sebagai apa. Hal itu masuk dalam salah satu yang dicari dalam analisis *framing*, meskipun tidak menjadi titik permasalahan utama.

Berbagai pustaka yang telah disebutkan di atas telah membahas secara mendetail tentang objek kajiannya. Namun dari tulisan tersebut belum ada yang membahas tentang konstruk suatu orang atau kelompok yang posisinya adalah sebagai sumber pemasukan bagi lembaga itu. Artinya, Lazismu sebagai lembaga

²⁰ Al Abdulloh, Sukri. *Isu Pilkada di Harian Radar Banyumas (Analisis Framing)* (Purwokerto : STAIN Purwokerto, 2009)

²¹ Weni Ariyanti. *Strategi BMT Al Mujahidin Cilacap dalam Membangun Opini Publik untuk Pengembangan Misinya di Wilayah Cilacap Utara*. (Purwokerto : STAIN Purwokerto, 2010)

penerbit majalah Matahati, perlu dicari tahu bentuk *framing* pemberitaannya tentang *muzakki*, yang notabeneanya *muzakki* adalah sumber utama pemasukan dana untuk lembaga tersebut.

F. Sistematika Penulisan

Untuk membuat penelitian ini lebih sistematis dan mudah dipahami, maka peneliti akan menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

Bab pertama, pendahuluan. Bab ini berisi latar belakang masalah, definisi operasional, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka dan sistematika penulisan.

Bab kedua, kerangka teoritik. Bab ini berisi bahasan perspektif teoritik tentang analisis *framing*, seluk beluk zakat dan pengaruh media terhadap zakat.

Bab ketiga, metode penelitian. Bab ini berisi tentang metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab keempat. Bab ini berisi gambaran umum tentang seluk beluk majalah Matahati, Lazismu Banyumas dan pemaparan teori analisis *framing* Zongdan dan Kosicki. Ditambah juga dengan pembahasan data yang akan diteliti.

Bab kelima, penutup. Pada bab ini akan dipaparkan kesimpulan penelitian ini. Selain kesimpulan, peneliti juga akan memberikan saran dan penutup atas penelitian ini.

Bagian terakhir dari penelitian ini adalah daftar pustaka, lampiran dan riwayat hidup peneliti.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah peneliti mendapatkan data-data yang dibutuhkan dari majalah, peneliti melakukan analisis berdasarkan kerangka *framing* model Zongdan Pan dan M. Gerald Kosicki. Berdasarkan analisis tersebut, peneliti mendapatkan kesimpulan bahwa *framing* konstruksi *muzakki* di dalam majalah Matahati dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Majalah menonjolkan aspek positif dari *muzakki* sebagai orang yang sukses dan berhasil tanpa menampilkan sisi negatif dari *muzakki*. Hal ini membuat aspek-aspek lain, khususnya negatif, dari *muzakki* menjadi kabur dan tidak diketahui pembaca.
2. Memuat tokoh dan sumber tulisan di majalah hanya dari orang-orang yang sukses saja. Hal ini memberikan citra bahwa semua *muzakki* pasti orang yang hebat.
3. Pemuatan tulisan tentang *muzakki* secara berulang. Artinya, pesan dan makna yang sama tentang *muzakki* diusung oleh majalah disampaikan secara berulang di berbagai tulisan lain, dan juga di edisi yang lain.

Dan berdasarkan pbingkaian yang diusung majalah Matahati ini, maka diketahui bahwa *muzakki* di dalam majalah Matahati dikonstruksi menjadi lima bentuk konstruksi, yaitu :

1. Majalah Matahati mengkonstruksi tentang *muzakki* bahwa *muzakki* adalah orang yang hebat dan sukses.

2. Majalah Matahati mengkonstruksi tentang *muzakki* bahwa *muzakki* adalah orang yang akan mendapatkan kebahagiaan karena zakatnya.
3. Majalah Matahati mengkonstruksi tentang *muzakki* bahwa *muzakki* adalah orang yang mendapatkan kemuliaan berupa doa dari redaktur (pihak Lazismu Banyumas) agar mendapatkan banyak manfaat dari apa yang sudah dizakatkan.
4. Majalah Matahati mengkonstruksi tentang *muzakki* bahwa *muzakki* adalah orang yang terjamin dalam hal mendapatkan pertolongan baik di dunia maupun di akhirat, dan
5. Majalah Matahati mengkonstruksi tentang *muzakki* bahwa *muzakki* adalah sesuatu yang mulia yang dicita-citakan oleh banyak orang, bahkan oleh orang miskin (mustahiq) sekalipun.

Konstruksi yang diusung oleh majalah Matahati dipengaruhi oleh lima faktor. Faktor tersebut adalah faktor latar belakang individu, faktor rutinitas majalah Matahati dalam memproduksi berita, faktor organisasi kepengurusan majalah Matahati di bawah direktur Lazismu Banyumas yang sekaligus pimpinan umum majalah Matahati, faktor ekstra media yang bersumber dari pasar atau segmentasi pembaca majalah matahati dan faktor ideologi lembaga, baik dari redaktur, maupun dari Lazismu Banyumas selaku pemilik majalah Matahati.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas dan juga melihat realita yang ada pada majalah Matahati milik Lazismu Banyumas, maka peneliti memiliki beberapa saran yang kiranya dapat menjadi bahan refleksi agar Majalah Matahati bisa terus berkembang menjadi lebih baik.

1. Pembaca selalu mencari bacaan yang menarik dan memuat informasi yang sedang ia butuhkan. Oleh karena itu, akan menjadi lebih menarik lagi jika majalah Matahati dicetak dalam bentuk *full colour* sehingga pembaca akan lebih tertarik dan menikmati bacaannya.
2. Berdasarkan beberapa berita yang peneliti baca, di dalamnya hanya terdapat satu sumber kutipan atau pernyataan. Mengingat kualitas berita yang baik dan sesuai kode etik jurnalistik adalah harus berimbang, maka peneliti memberi saran agar berita selanjutnya dibuat dengan lebih berimbang, yaitu dengan menghadirkan minimal dua sumber sebagai penyeimbang pesan berita.
3. Melihat dari sekian banyak edisi majalah Matahati, peneliti mendapatkan bahwa rubrik-rubrik yang ada di dalam majalah adalah tidak sama dan tidak konsisten. Dalam hal ini peneliti memberi saran agar ke depannya majalah bisa menetapkan rubrik-rubrik yang dimuat dalam majalah sehingga kekonsistenan majalah dapat terjaga.
4. Penelitian ini menganalisis hanya pada pesan dan muatan yang disampaikan dalam majalah. Bagi peneliti selanjutnya, ada baiknya untuk melanjutkan riset ini dengan meneliti keefektifitasan majalah terhadap pengingkatan zakat Lazismu Banyumas, strategi komunikasi majalah, manajemen produksi, atau lainnya, agar bisa memberi manfaat yang terus menerus bagi banyak pihak.