

SKRIPSI

**PERSEPSI MAHASISWA FUAD TERHADAP KONTEN DAKWAH
KATA USTADZ DI *YOUTUBE RELIGION ONE***



OLEH:

**MARWAH ASPA.B
NIM. 18.3100.013**

PAREPARE

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2023M/1444H

**PERSEPSI MAHASISWA FUAD TERHADAP KONTEN DAKWAH
KATA USTADZ DI *YOUTUBE RELIGION ONE***



OLEH:

**MARWAH ASPA.B
NIM. 18.3100.013**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Program Studi
Komunikasi dan Penyiaran Islam FUAD Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2023M/1444H

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Persepsi Mahasiswa Fuad terhadap Konten Dakwah Kata Ustadz di *Youtube Religione*

Nama Mahasiswa : Marwah Aspa.B

NIM : 18.3100.013

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

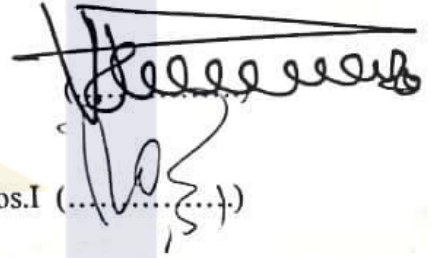
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi FUAD No.B-1653/In.39.7/PP.00.9/08/2022

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Dr. Iskandar, S.Ag. M.Sos.I
NIP : 197507042009011006

Pembimbing Pendamping : Muhammad Haramain, M.Sos.I (... ..)
NIP : 198403122015031003




Mengetahui:

Dekan,

Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah




Dr. A. Nurkidam, M.Hum.
NIP. 196412311992031045

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Penelitian : Persepsi Mahasiswa Fuad terhadap Konten Dakwah Kata Ustadz di *Youtube Religione*

Nama Mahasiswa : Marwah Aspa.B

NIM : 18.3100.013

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : SK.Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare
B-1652/In.39.7/PP.00.9/08/2021

Tanggal Kelulusan : 02 Februari 2023

Disetujui oleh Komisi Penguji

Dr. Iskandar, S.Ag., M.Sos.I (Ketua)

Muhammad Haramain, M.Sos.I (Sekretaris)

Dr. Nurhikmah, M.Sos.I (Anggota)

Dr. H. Muhiddin Bakri, M.Fil.I (Anggota)



Mengetahui:

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah



Dr. A. Nurhikmah, M.Hum.
NIP. 196412311992031045

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah swt.berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada FUAD Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ayahanda tercinta dimana dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari bapakDr. Iskandar, S.Ag. M.Sos.I.,dan bapak Muhammad Haramain, M.Sos.I selaku Pembimbing I dan Pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Hannani, M.Ag. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare
2. Bapak Dr. A. Nurkidam, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, Bapak Dr Iskandar, S.Ag. M.Sos.I selaku Wakil Dekan I Bidang AKKK, serta Ibu Dr. Nurhikmah, M. Sos.I selaku Wakil Dekan Bidang AUPK.
3. Ibu Nurhakki, S.sos., M.si selaku ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah meluangkan waktu dalam mendidik penulis selama studi di IAIN Parepare, serta telah mengembangkan prodi tercinta ini.
4. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah yang selama ini telah mendidik penulis sehingga dapat menyelesaikan studi yang masing-

masing mempunyai kehebatan tersendiri dalam menyampaikan materi perkuliahan.

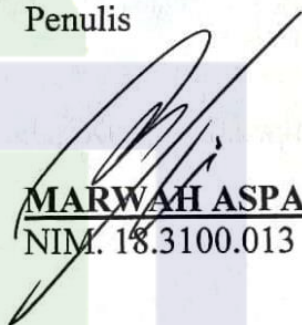
5. Jajaran staf administrasi Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah yang telah banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai keberbagai pengurusan untuk berkas penyelesaian studi.
6. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare, terutama dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kepada kedua orang tua saya yang selalu memberikan dukungan dan doa untuk penulis serta seluruh keluarga yang tak henti-hentinya memberikan dukungan kepada penulis.
8. Mahasiswa FUAD IAIN parepare sebagai informan penulis yang dengan senang hati membantu dalam proses penulisan.
9. Kepada support sistem saya, Nur Annisa, Haerani Septyaningsi, Cahya Kamila, Eka febriana, Nur Anugerah Fitrah, Muhammad Asdar, Sitti Nurasisah, Nurul Halika Putri, Jusmiati, lilis Kurnia, Fitri Sulistio, Hajrah Raisada. Beliau saudara(i) Seperjuangan dalam melewati hari-hari serta memberikan semangat dalam menyelesaikan Skripsi penulis.
10. Sahabat dan teman-teman seperjuangan pada program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2018 yang selalu memberikan motivasi dan perhatian kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-Teman seperjuangan KPM 1 Kecamatan Soreang yang telah memberikan motivasi serta dorongan dalam menyelesaikan Skripsi penulis.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat

diselesaikan. Semoga Allah swt. berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya. Akhirnya penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 12 Januari 2023M
19 Jumadil Akhir 1444H

Penulis


MARWAH ASPA.B
NIM. 18.3100.013



PERNYATAAN KEAHLIAN SKRIPSI

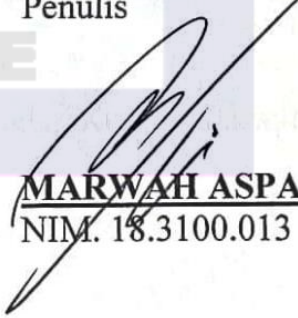
Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Marwah Aspa.B
Nim : 18.3100.013
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Judul Skripsi : Persepsi Mahasiswa Fuad Terhadap Konten dakwah Kata
ustadz di *youtube* religion one.

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau di buat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 12 Januari 2023M
19 Jumadil Akhir 1444H

Penulis


MARWAH ASPA.B
NIM. 18.3100.013

ABSTRAK

Marwah Aspa.B. Persepsi mahasiswa FUAD terhadap konten dakwah kata ustadz di *youtube* religion one di IAIN kota parepare : Studi Deskriptif Kuantitatif. (Dibimbing oleh Iskandar dan Muhammad Haramain).

Persepsi tentu dipengaruhi dengan berbagai pertimbangan dan masing-masing individu memiliki persepsi yang jarang sekali sama tergantung dalam penangkapan mereka pada apa yang dihadapkan oleh mereka. Hal ini tentu terjadi pada mahasiswa FUAD yang melihat konten dakwah yang agak kontroversi dengan apa yang kita pahami saat ini terkadang ada yang menyetujui ada yang tidak. Adapun tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk mencari bagaimana pemahaman mahasiswa FUAD mengenai isi konten dakwah dilema anak muda saat tak sengaja lihat video tiktok seksi yang disampaikan dalam segmen kata ustadz dan bagaimana persepsi mahasiswa FUAD dengan metode penyampaian dakwah di segmen kata ustadz.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan adanya penyebaran kuesioner ke seluruh responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Hasil yang diangkat berupa angka yang memiliki makna atau angka yang diberi makna berupa penjelasan hasil pengolahan data yang diekspresikan dengan istilah kuantitatif deskriptif

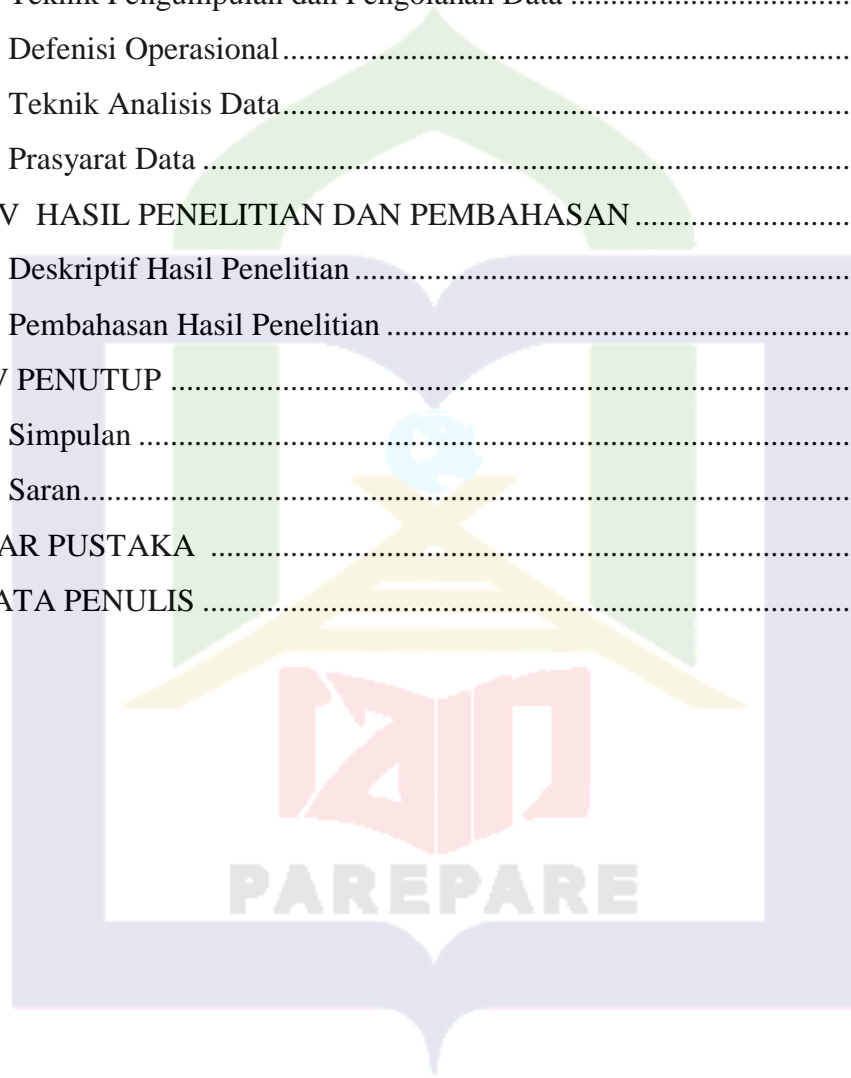
Hasil penelitian menunjukkan bahwa (i) pemahaman mahasiswa FUAD mengenai isi konten dakwah dilema anak muda saat tak sengaja lihat video tiktok (seksi) yang disampaikan dalam segmen kata ustadz, dibuktikan dengan perhitungan akumulatif *coding sheet* pemahaman dengan skor **1.068 – 1.335**. (ii) Seberapa besar ketertarikan responden terkait bagaimana persepsi mahasiswa terkait konten dakwah kata ustadz di *youtube* religion one. Hal ini dengan perbandingan 49%:51%, ketertarikan Responden terkait narasumber yang menyampaikan metode dakwah di segmen kata ustadz, dengan perbandingan 82%:18%. Narasumber yang menggunakan intonasi tinggi dalam bahasa daerah saat menyampaikan pengalaman hidup dalam dakwah dengan perbandingan 71%:29%, Narasumber yang kasar (tutur kata) ketika hendak membagikan pengalaman hidup 21%:79 % narasumber yang menyerahkan seluruh privasinya saat menghindari segmen kata ustadz, dengan perbandingan 29%:71%. Perbandingan ini memberikan bukti bahwa persepsi mahasiswa FUAD memiliki keragaman sesuai dengan teori S-O-R.

Kata kunci : Persepsi, Mahasiswa, Dakwah, *Youtube*.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Manfaat Penelitian	5
D. Tujuan Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Tinjauan Penelitian Relevan	6
B. Tinjauan Teori.....	8
1. Teori Uses and Gratifications (Kegunaan dan Kepuasan).....	8
2. Teori SOR	10
C. Tinjauan Konseptual	16
1. Youtube	16
2. Persepsi.....	20
3. Dakwah.....	26
4. Konten Religion One.....	32
D. Kerangka Pikir	33

BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	36
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	37
C. Populasi dan Sampel	38
D. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	40
E. Definisi Operasional.....	43
F. Teknik Analisis Data.....	44
G. Prasyarat Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A. Deskriptif Hasil Penelitian	49
B. Pembahasan Hasil Penelitian	64
BAB V PENUTUP	69
A. Simpulan	69
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	I
BIODATA PENULIS	XVIII

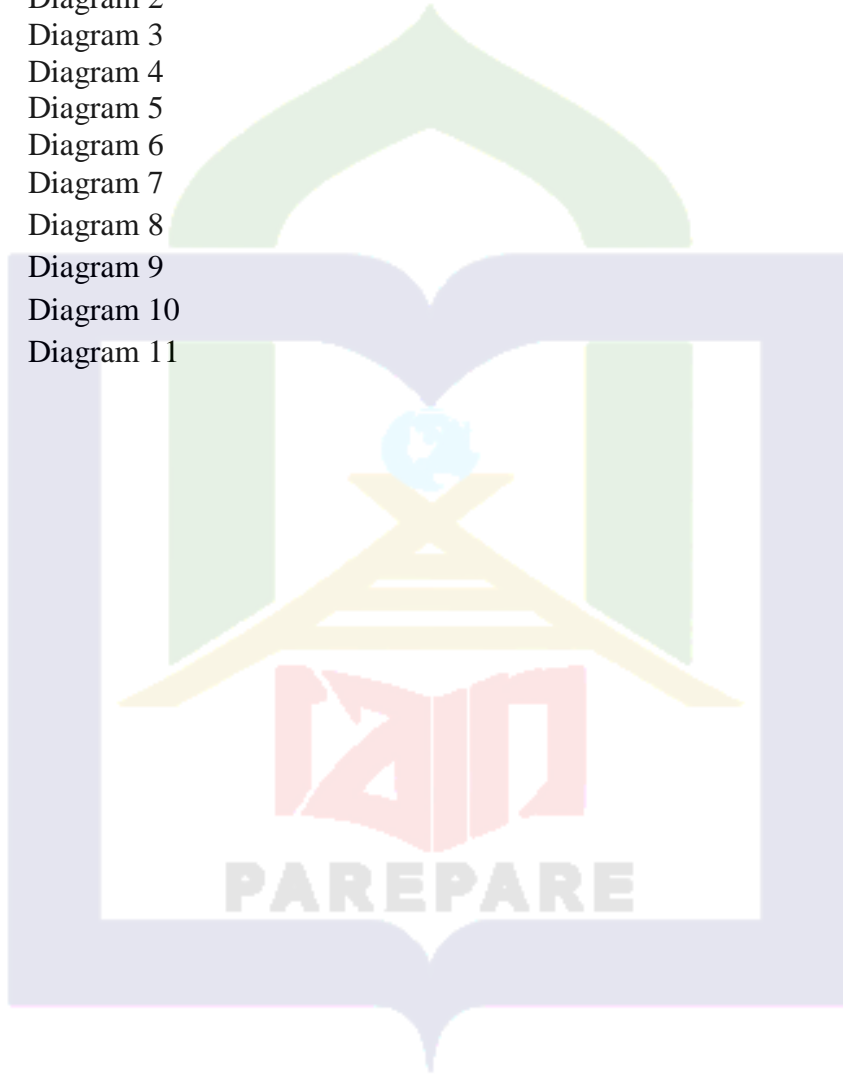


DAFTAR TABEL

Nomor	Tabel	Halaman
1.1	Model Stimulus organisme respon (S.O.R.)	11
1.2	Populasi Sampel Mahasiswa (FUAD)	33
1.3	Kerangka Pikir	29
1.4	Karakteristik responden berdasarkan Populasi dan sampel	47
1.5	Uji Validitas	45
1.6	Uji Realiabilitas	46
1.7	Instrumen Penelitian Variabel Gaya Dakwah Dalam Media <i>Youtube</i>	42
1.8	Apakah kamu menggunakan youtube	43
1.9	Anda menyukai siaran dakwah dalam media <i>youtube</i>	47
1.10	Anda menyukai konten dakwah kata ustadz yang dibagikan di media <i>youtube</i>	48
1.12	Anda lebih menyukai dakwah yang di siarkan di youtube di banding televisi	49
1.13	Anda memahami konten dakwah yang menggunakan kreativitas di era revolusi refleksi 4.0	50
1.14	Variabel gaya komunikasi narasumber Apakah anda tertarik dengan narasumber yang menyampaikan metode dakwah di segmen kata ustadz	51 52
1.15	Anda tertarik dengan narasumber yang menggunakan intonasi tinggi dalam bahasa daerah saat menyampaikan pengalaman hidup dalam dakwah	53
1.16	Anda menyukai narasumber yang kasar ketika menyiarkan kisahny dalam dakwah	56
1.17	Anda menyukai narasumber yang menggunakan kata-kata sindiran saat menyiarkan prngalaman hidup	57
1.18	Anda suka dengan narasumber yang mengeluarkan seluruh seluruh privasinya saat menghadiri konten dakwah segmen kata ustadz di <i>youtube</i> religion one.	58

TABEL GAMBAR

Nomor	Tabel	Halaman
1.1	Kerangka pikir	29
2.1	Diagram 1	47
2.2	Diagram 2	48
2.3	Diagram 3	49
2.4	Diagram 4	50
2.5	Diagram 5	51
2.6	Diagram 6	52
2.7	Diagram 7	53
2.8	Diagram 8	54
2.9	Diagram 9	55
2.10	Diagram 10	56
2.11	Diagram 11	57



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1.	Surat Izin melaksanakan penelitian di FUAD	I
2.	Surat izin melaksanakan penelitian dari dinas penanaman	II
3.	Surat izin selesai meneliti	III
4.	Cooding book penelitian	IV
5.	Hasil uji validasi	V
6.	Cooding sheet	VI
7.	Dokumentasi	VII



PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543b/U/1987.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	Th	te dan ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	Dh	de dan ha

ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We

هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

- a. Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ	Fathah	A	A
إِ	Kasrah	I	I
أُ	Dammah	U	U

- b. Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيَّ	fathah dan ya	Ai	a dan i
أَوْ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

حَوْلَ : haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
آ / ا	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
إ	kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
أ	dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : māta

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

4. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- Ta marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*. Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *rauḍah al-jannah* atau *rauḍatul jannah*
 الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah* atau *al-madīnatul fāḍilah*
 الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydid* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*. Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*
 نَجَّيْنَا : *najjainā*
 الْحَقُّ : *al-ḥaqq*
 الْحَجُّ : *al-ḥajj*
 نَعْمٌ : *nu‘ima*
 عُدُوٌّ : *‘aduwwun*

Jika huruf ى bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (يِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* (i). Contoh:

عَرَبِيٌّ : *‘Arabi* (bukan *‘Arabiyy* atau *‘Araby*)
 عَلِيٌّ : *‘Ali* (bukan *‘Alyy* atau *‘Aly*)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf َ (*alif lam ma’arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak

mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

السَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan *az-zalزالah*)

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'murūna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أَمْرٌ : *umirtu*

8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī zilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafẓ lā bi khusus al-sabab

9. *Lafẓ al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilahi* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *Dīnullah*

بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *Hum fi rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur’an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: *Ibnu Rusyd, Abū al-Walid Muhammad* (bukan: *Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu*)

Naṣr Ḥamīd Abū Zaid, ditulis menjadi: *Abū Zaid, Naṣr Ḥamīd* (bukan: *Zaid, Naṣr Ḥamīd Abū*).



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seperti yang kita ketahui Dakwah, pelita kehidupan menerangi manusia dari kegelapan. Ketika umat manusia dipengaruhi oleh kekeringan spiritual, kerapuhan dakwah seperti yang kita kenal kegelapan dan kesengsaraan. Oleh karena itu, dengan adanya dakwah dan memberikan pencerahan ketika umat manusia mengalami kekeringan spiritual, kerapuhan moral, korupsi yang merajalela, dan manipulasi.¹

Maraknya segala macam ketimpangan, penipuan, penipuan, dan sederet perbuatan tercela adalah karena ketatnya nilai-nilai agama manusia. Untuk itu kita perlu mengetahui bagaimana menjaga dakwah agar kita sadar akan keutamaan dakwah. Jika dakwah menjadi bagian penting dari masyarakat Islam, hal ini tidak berlebihan. Untuk itu, diperlukan praktik dakwah untuk menyampaikan ajarannya. Islam secara rasional dengan memberikan penjelasan lebih dalam sehingga menanggapi nilai-nilai yang semakin mengglobal pengaruhnya dari seluruh dunia melalui berbagai saluran informasi, artinya, dakwah harus dapat memberikan pengaruh terhadap persepsi individu atau kelompok agar tertanam dalam dirinya bahwa nilai yang terdapat dalam ajaran agama Islam lebih tinggi ketimbang nilai-nilai yang lainnya.

Dakwah dewasa ini mengalami perkembangan menjadi sebuah profesi sehingga membutuhkan keterampilan, perencanaan dan manajemen yang baik. maka dari itu, dibutuhkan sekelompok orang yang terus belajar, meneliti dan meningkatkan kegiatan dakwah secara profesional. Perlu diingat bahwa dakwah dari segi isi, yaitu

¹Dapartemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia, cetakan ke-4 (Jakarta: Balai Pustaka, 2007, h 863

melakukan pengecekan ulang agar segala informasi yang didapatkan tidak hanya asal-asalan di Salin dan kemudian di sebar.

Kegiatan dakwah secara umum dipahami sebagai upaya mengabdikan. Berbagai masalah aspek kehidupan memberikan solusi. Masalah kehidupan meliputi aspek ekonomi, sosial, budaya, hukum, politik, ilmu pengetahuan, teknologi dan lainnya. Oleh karena itu, dari hakikat perkembangannya, dakwah saat ini harus mampu beradaptasi dengan situasi dan kondisi yang terus berubah dan berkembang ke arah yang terbaik. Berhasil atau gagalnya penyampaian pesan dari dakwah tidak hanya ditentukan oleh Dai itu sendiri, tetapi juga terkait dengan struktur infrastruktur yang positif saat ini. Banyak alat yang tersedia untuk pentingnya kegiatan dakwah.

Instrumen ini dapat digunakan sebagai alat penunjang imersi jika di dalamnya terdapat instrumen visual seperti slide, proyektor; audiovisual seperti radio, telegraf atau audiovisual seperti televisi dan film. Diantara berbagai ide alat yang telah disebutkan di atas, penulis akan fokus pada media elektronik youtube. Dalam perkembangannya, YouTube saat ini tidak hanya berfungsi untuk menyebarkan berita, tetapi juga berfungsi sebagai media hiburan, media pendidikan, media komunikasi dan urgensi dakwah.

Youtube dapat digunakan sebagai media dakwah karena youtube dapat mentransmisikan ke segala arah, bahkan jarak jauh. Jika praktis untuk menyiarkan ibadah melalui youtube, berarti ibadah dapat menjangkau jarak komunikator jika transmisi dapat ditangkap oleh komunikator.

Efektivitas dan efisiensi juga akan terdukung jika topik yang diangkat dapat dimodifikasi sesuai dengan situasi dan kondisi siaran, baik melalui ceramah, drama, maupun melalui forum. Media promosi Sisi lain dari YouTube dapat memberikan

informasi yang dapat disesuaikan dengan keinginan Anda sendiri atau dengan tuntutan masyarakat.

Setelah itu, saya mengetahui bahwa YouTube juga bisa dijadikan sebagai media promosi sebagai sarana penyebaran informasi. Sebagai komunitas yang menggunakan media youtube ini, saya juga sebagai listener ketika menonton idakwah sifatnya mandiri di fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah di IAIN iParepare Kampus, youtube sebagai media hiburan dan juga sebagai media penyiaran pesan-pesan dakwah oleh mahasiswa program studi Communication dan Islam Broadcasting .

Berdasarkan hal tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana reaksi mahasiswa terhadap tayangan Dakwah di youtube sekarang, sehingga masyarakat Parepare dan sekitarnya pada umumnya jika khusus civitas akademika IAIN Parepare membutuhkan ilmu agama. melalui media YouTube, karena Dakwah disiarkan melalui YouTube, siarannya mudah menjangkau seluruh masyarakat, jika masyarakat cukup menontonnya YouTube mampu menyampaikan informasi dengan cepat, yang berbeda dengan menyampaikan Dakwah di media cetak karena media cetak membutuhkan proses penataan dan penyebaran yang kompleks, yang membutuhkan waktu relatif lama.

Dari sinilah *youtube religione one* bertajuk ikatan ustadz sebagai media untuk menyalurkan berbagai pengetahuan agama, sehingga bisa mengarah kepada jalan kebaikan. *youtube religione one* program dan siarannya tentang dakwah (syiar islam) untuk menyebarkan informasi mengenai risalah islam.

Agar tayangan YouTube dapat diterima dengan baik oleh pemirsa, khususnya siaran dakwah, maka perlu adanya pembaharuan terkait konten dakwah agar Civitas

Akademika IAIN Parepare tidak merasa bosan dengan tayangannya. sebagai pengaturan peralatan konten.

Penelitian ini dilakukan dengan adanya ketertarikan peneliti untuk mengkaji lebih dalam terkait youtube yang dijadikan sebagai media dakwah, sehingga peneliti merancang judul penelitian ini sebagai berikut “Persepsi Mahasiswa FUAD Terhadap Konten Dakwah Kata Ustadz di *youtube* religion One”. Melalui penelitian ini agar dapat mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa melihat konten dakwah di channel youtube religion one” yang tepat agar siaran dakwahnya bisa diterima audiens dengan baik tanpa adanya gangguan sehingga dapat menjadi konten utama dalam dunia penyiaran khususnya acara dakwah.

Menjadi seorang komunikator atau pembicara tidaklah mudah, harus memenuhi beberapa syarat-syarat yaitu kemampuan berkomunikasi, mempunyai pengetahuan yang luas, Sikap, Memiliki kredibilitas yang tinggi bagi komunikannya, dan memiliki daya tarik (dalam arti memiliki kemampuan untuk melakukan perubahan sikap atau perubahan pengetahuan pada diri komunikan)².

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pemahaman mahasiswa FUAD mengenai isi konten dakwah dilema anak muda saat tak sengaja lihat video tiktok (seksi) yang disampaikan dalam segmen kata ustadz.
2. Bagaimana persepsi Mahasiswa FUAD dengan metode penyampaian dakwah di segmen kata ustadz.

²Effendi, Kepemimpinan dan Komunikasi, (Yogyakarta: Al-Amin Press, 1996) h. 59

C. Manfaat Penelitian

1. Mengetahui pemahaman mahasiswa FUAD mengenai isi konten dilema anak muda saat tak sengaja lihat video tiktok (seksi) dakwah yang disampaikan dalam segmen kata ustadz.
2. Mengetahui persepsi Mahasiswa FUAD dengan metode penyampaian dakwah di segmen kata ustadz.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini mencari fakta terkait tujuan awal yang tercantum pada rumusan masalah yang diangkat oleh peneliti. Sehingga tujuan dari penelitian ini untuk mencari tahu dan menjelaskan bagaimana persepsi mahasiswa FUAD mengenai konten di *youtube* religion one. Manfaat Penelitian :

1. Manfaat teoritik

Manfaat penelitian ini untuk menambah khazanah keilmuan Islam dibidang Dakwah khususnya media *youtube*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu mengelola youtube, agar youtube dapat dikelola dan dioperasikan sebagai media dakwah agar penyampaian setiap kontennya tidak terulang, memberikan informasi yang lebih banyak, mendidik dan memberikan hiburan bagi para pendengar sehingga dapat memberikan feedback yang baik.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Peneliti menemukan penelitian berupa skripsi berjudul “Persepsi Mahasiswa Terhadap Retorika Dakwah Ustadz Abdul Somad Di Media Youtube” oleh Siti Dewi Wulandari, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung tahun 2018. Dalam skripsi ini, penulis memberikan pertanyaan tentang bagaimana pendapat mahasiswa mengenai gaya berbicara atau retorika dakwat seorang da’i, dimana rumusan masalah yang diangkat yakni persepsi mahasiswa terhadap retorika atau seni berbicara dakwah ustadz Abdul Somad di media *youtube*.³

Penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti memiliki kemiripan, yaitu fokus penelitian tentang media *youtube* dan membahas tentang retorika. Sementara perbedaannya terletak pada metode penelitian yang digunakan penulis ialah teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yakni observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik deskriptif kualitatif, yaitu data yang dikumpulkan, diseleksi kemudian diinterpretasikan dan ditarik kesimpulannya, sedangkan peneliti menggunakan teknik deskriptif kuantitatif.

Selanjutnya peneliti menemukan penelitian berupa skripsi yang berjudul persepsi mahasiswa fuad terkait konten dakwah di radio Oleh effendi, jurusan komunikasi dan penyiaran islam, Universitas IAIN Kendari tahun 2019. Dalam Skripsi ini membahas terkait persepsi seorang mahasiswa dari institute agama islam

³Wulandari.Siti Dewi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018) h.5

negeri (IAIN) Kendari mengenai tahapan dakwah dalam mengimplementasikan teknologi yang begitu cepat menggiring masyarakat kendari khususnya mahasiswa.⁴

Adanya kemiripan antara penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti, yaitu fokus penelitian tentang persepsi seorang mahasiswa terkait perkembangan dakwah dengan arus teknologi, umumnya dengan revolusi 4.0. Sementara perbedaannya terletak pada saluran penyiaran, yaitu; media penyiaran radio berbeda dengan yang memilih media youtube dikarenakan pesatnya masyarakat yang telah menggunakan dan mengonsumsi pesan yang di siarkan oleh media *youtube*.

Oleh karena itu perbedaan ini juga terletak pada metode penelitian yang digunakan penulis adalah teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara (interview) dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik deskriptif kualitatif yaitu data dikumpulkan, diseleksi dan kemudian diinterpretasikan serta berujung pada ditarik kesimpulan. Sedangkan yang peneliti lakukan menggunakan teknik deskriptif kuantitatif.

Peneliti menemukan penelitian berupa skripsi berjudul persepsi mahasiswa IMRAH Terhadap Dakwah Ustadz Azhar Idrus Di Media Youtube oleh Muhammad Adib Bin Sailan fakultas dakwah dan komunikasi, Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah, Palembang pada tahun 2017. Dalam skripsi ini membahas terkait persepsi mahasiswa IMARAH terhadap dakwah Ustadz Ashar Idrus Di media youtube.⁵

⁴Effendi, *Kepemimpinan dan Komunikasi*, (Yogyakarta: Al-Amin Press, 1996) h. 59

⁵Sailan, Bin Adib Muhammad, 2017. *Fakultas dakwah dan komunikasi*, Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah, Palembang.

B. Tinjauan Teoritis

Teori ilmiah dapat didefinisikan sebagai "sistem konsep formal dan hubungan yang menyatukan konsep-konsep itu, yang fungsinya untuk menjelaskan, memprediksi, dan memungkinkan kontrol potensial dari fenomena dunia nyata". Beberapa teori berikut berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan:

1. Teori *Uses and Gratifications* (Kegunaan dan Kepuasan)

Teori *Uses and Gratifications* yang diartikan teori kegunaan dan kepuasan ini dianggap sebagai salah satu teori paling populer dalam studi komunikasi massa.⁶ Teori *Uses and Gratifications* (Kebutuhan dan Kepuasan) ini pada mulanya muncul dikarenakan adanya kritik yang dilayangkan terhadap teori *Bullet* yang dikembangkan oleh Wilbur Schramm pada tahun 1930-an. Mulanya, teori *Bullet* menyatakan bahwa "Khalayak media mudah dipengaruhi oleh media sehingga dianggap sebagai khalayak pasif. Karena itulah teori ini muncul dan memeberikan pernyataan bahwa khalayak media itu khalayak yang aktif. Hal ini disebabkan kebutuhan akan informasi, pendidikan dan hiburan". Teori ini menjadikan komunikan (audiens media) sebagai fokus utama, bukan komunikator (media). Namun, dalam tulisannya yang terbit pada awal 1970-an, Schramm akhirnya bertanya kepada para peminatnya bahwa teori yang dikeluarkan oleh *Bullet* tidak ada, karena target audiens media massa ternyata tidak pasif.⁷

Penjelasan diatas dapat dipahami bahwa teori ini muncul akibat perbedaan pandangan penggunaan media yang ternyata penggunanya aktif dan

⁶ Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss, *Theories of Human Communication, Eighth Edition*, (Thomson Wad-sworth,2005),h. 286

⁷ Humaizi, *Uses and Gratifications Theory*,(Medan: USU Press,2018),h.1

memiliki tujuan yang lebih interaktif dari masa kemasa. Awal dari teori tentu memiliki peminat yang aktif dalam menggunakan media. Meski demikian, riset mengenai penggunaan teori ini pertama kali dilakukan oleh Herta Harzog. Dimana ia mencoba mengklasifikasi alasan-alasan yang menyebabkan orang lebih memilih surat kabar ketimbang radio. Ia juga belajar bagaimana peran keinginan dan kebutuhan individu terhadap media yang dipilih.⁸

Perkembangan teori tersebut lebih lanjut diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974 dalam bukunya "*The Uses on Mass Communication: Current Perspectives on Gratification Research*". Pengguna media dalam teori ini berperan aktif dalam memilih dan menggunakan media tersebut. Pengguna media berupaya mencari sumber media terbaik dalam upaya pemenuhan kebutuhannya. Artinya, teori kegunaan dan kepuasan berasumsi bahwa konsumen memiliki pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya.⁹

Penjelasan tersebut pun membawa kita pada simpulan bahwa teori ini mengarah pada bagaimana pemilihan media yang digunakan oleh penggunanya dan merasakan kepuasan dalam penggunaannya. Teori ini memiliki 5 asumsi dasar di dalamnya yang kemudian menjadi ini dari gagasan dari teori tersebut, yakni :

- a. Khalayak aktif dan menggunakan media dengan adanya tujuan.
- b. Adanya keinginan atau berinisiatif mengaitkan kebutuhan akan kepuasan terhadap media yang dipilih dengan bergantung pada anggota khalayak
- c. Kompetisi terjadi antara media dan kebutuhan lain .

⁸ Morissan, Teori Komunikasi Massa, (Penerbit Ghalia Indonesia, 2013),h. 82

⁹ Nurudin, Pengantar Komunikasi Massa, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), h. 191-192

- d. Gambaran yang akurat peneliti dikarenakan adanya kesadaran diri yang terpenuhi dalam penggunaan media mereka, dalam hal ini minat dan motif.
- e. Keputusan tentang nilai bagaimana audiens menghubungkan kebutuhan mereka dengan media atau konten tertentu harus ditunda.¹⁰

Penelitian ini tentu memiliki kaitan dengan teori ini dimana membahas tentang penggunaan media. Kemudian, dikhususnya kepada media sosial *youtube*.

2. Teori SOR

Teori S-O-R adalah teori komunikasi yang merupakan singkatan dari *stimulus-organism-response*. Menurut teori ini, media massa sangat ampuh dalam memberi pengaruh penerima pesan, teori S-O-R ini menjelaskan proses komunikasi dapat dikatakan simpel yakni hanya melibatkan dua komponen yaitu media massa dan penerima pesan yaitu khalayak. Akan tetapi, respon aktual juga dimodifikasi oleh organisme (O) yang ditanggapi oleh stimulus(S) dan penerima(R) dengan menunjukkan respon sehingga teori ini diberikan predikat atau disebut teori S-O-R..¹¹

Menurut model ini, perilaku tertentu yang dihasilkan organisme jika ada kondisi stimulus khusus, sehingga seseorang dapat diharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Model ini memiliki asumsi dasar bahwasanya efek yang ditimbulkan media masa bersifat terarah, segera dan langsung keada penerima pesan (komunikan).

¹⁰ Stanley J. Baran and Dennis K. Davis, Teori Komunikasi Massa Edisi 5, (Jakarta: Salemba Humanika, 2018), h. 298-299

¹¹ Morissan, m.A, et al, teori komunikasi massa, (p.t. ghalia Indonesia, 2010), h. 17

Stimulus Respon Theory atau SR Theory. Teory *Stimulus-Organisme-Response* (Teori S-O-R) dapat dikatakan sebagai reaksi yang terjadi pada audien atau seseorang yang dimana orang ini menerima *stimulus* tertentu atau ada hal yang memerlukan pandangan atau reaksi.¹²

Teori tersebut dapat dipergunakan pada berbagai bidang, baik dalam bidang bisnis, kesehatan politik, pemerintahan, maupun bidang lain yang bertujuan untuk mengubah sikap seseorang atau suatu kelompok. Pada contoh kali ini penulis mengambil kasus di bidang kesehatan yaitu merubah perilaku masyarakat yang tinggal ditepian sungai agar tidak membuang ke sungai, karena selain merusak lingkungan, air sungai juga digunakan untuk mencuci, mck, dan sejenisnya oleh masyarakat di hilir sungai. Berikut adalah beberapa unsur yang ada dalam teori S-O-R, diantaranya adalah:

- a. Stimulus (S) : Gagasan atau upaya memberikan kesadaran terhadap masyarakat yang memiliki tempat tinggal dekat dengan aliran sungai agar tidak memmbuang sampah
- b. Organisme (O) : Masyarakat/warga yang bertempat tinggal disekitar sungai
- c. Respon (R) : Adanya efek yang diharapkan dapat terjadi atau terpenuhi yakni berubahnya kebiasaan mereka mencemari lingkungan

¹² Kadarina wastuti”Respon msyarakat badegan tahap siaran Dakwah K.H. Mabarun si radio persatuan Bantul”(Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaya, Yogyakarta, 2010), h,11

Tidaknya hanya elemen atau unsru yang terdapat pada teori ini, akan tetapi ada beberapa tahapan dalam teori yang hadur diadaptasikan dalam teori ini. Antara lain adalah :

- a. Tahap pertama, adanya pencarian metode atau cara yang dilakukan oleh komunikator dalam memberikan stimulus atau pesan yang tepat kepada komunikan agar perhatiannya didapatkan
 - b. Ketika telah mendapatkan perhatian dari komunikan, hal berikutnya ialah mencari solusi agar mampu memberikan pengertian kepada komunikan bahwa tidak baik membuang sampah disungai .
 - c. Selanjutnya komunikator mengolah ide-ide yang diterimanya dari komunikator, kemudian komunikator menentukan sikap apa yang dipilihnya..
 - d. Pada akhir tahapan, perilaku masyarat telah berubah dengan tidak lagi membuang sampah disungai dan lebih mencintai sekitar lingkungannya.¹³
- Teori ini dapat dipahami melalui tabel 1.1 dibawah ini.

Tabel 1.1 Model S.O.R

SStimulus	Organisme	Response
- Pesan yang disampaikan melalui media youtube	- Perhatian	- Perubahan sikap
- Materi pesan	- Pengertian	- Pengetauan
- Metode pesan	- Penerimaan	- Motivasi
		- Tindakan
		- Penilaian

¹³ Ivony, Teori S-O-R (Teori Stimulus Organism Respons), <https://pakarkomunikasi.com/teori-sor> ,diakses pada tanggal 6 Januari 2023

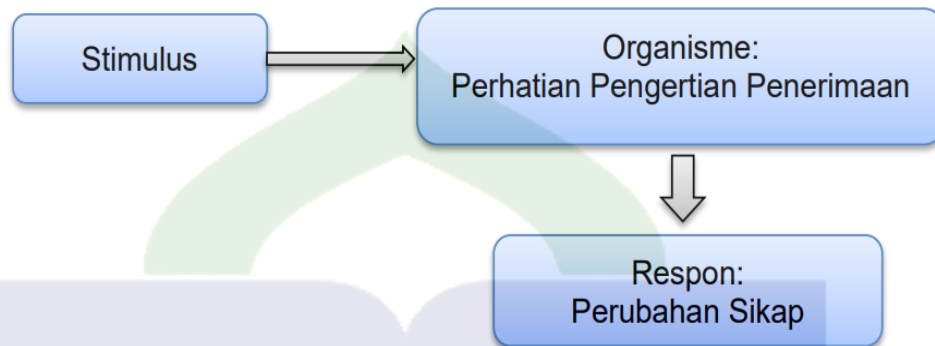
Dari tabel 1.1 diatas memberikan gambaran bahwa perubahan sikap dilandasi pada dalam proses terjadinya. Stimulus atau pesan yang akan disalurkan memiliki kemungkinan ditolak dan diterima. Berlangsungnya komunikasi jika komunikan memberikan perhatian. Selanjutnya yang terjadi adalah ketika komunikan mengerti apa yang disampaikan dalam pesan tersebut, maka komunikan akan membalasnya dalam bentuk tindakan yang bersedia mengikuti apa yang ada dalam pesan itu¹⁴

Model ini dapat dimaknai sebagai sautu proses dalam komunikasi. Hal ini dapat diartikan sebagai asumsi kata-kata yang merupakan kata verba isyarat non-verbal, simbol atau lambang tertentu yang dapat membuat orang lain melakukan respon dengan cara tersendiri. Teori ini dapat dikatakan menggunakan prinsip sederhana yang memiliki efek berupa reaksi terhadap pesan tertentu. Dengan demikian, komunikan dapat menjelaskan keterkaitan antara pesan media dengan reaksi audiens dengan cara yang erat.

Menurut (Efendy, 2003) yang diangkat dalam jurnal Andi Rahmat Abidin dan Mustika Abidi menjelaskan bahwa “Fokus penekanan dalam model komunikasi S-O-R (*Stimulus Organism Response*) terfokus pada penyampaian pesan apakah mampu memberikan dorongan semangat pada diri sang penerima pesan agar pesan yang disampaikan cepat dipahami dan diterima oleh sang penerima pesan. Dengan adanya perubahan dari perilaku dan sikap penerima pesan tersebut. Untuk itu unsur terpenting dalam model komunikasi

¹⁴ Kadarina wastuti”Respon msyarakat badegan tahap siaran Dakwah K.H. Mabarun si radio persatuan Bantul”(Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaya, Yogyakarta, 2010), h,11

ini ada tiga, yaitu: Pesan (Stimulus; S), Komunikasi (Organisme; O) dan Efek (Respon; R)”. Hal ini dapat dilihat pada skema berikut :¹⁵



Gambar 2.1 Skema S-O-R

Menurut McQuail,(2010:467). Penelitian ini dilandasi atau memiliki prinsip teori S-O-R (Stimulus, Organism, Respon) yang diyakini disebabkan oleh sikap yang mengalami perubahan dikarenakan kualitas pesan atau rangsangan yang berlangsung dalam komunikasi antara komunikator dan organism.¹⁶ Intinya dari teori ini adalah efek yang ditimbulkan dalam prosesnya kepada individu, perlulah berawal dari perhatian atau terpaan dari serangkaian pesan yang tersalurkan oleh media tersebut.

Hal ini menunjukkan masyarakat dan para orang tua mendapatkan stimulus yaitu terpaan pesan dakwah dari *youtube* terkait privasi dan aib sang narasumber saat memberikan pengalaman hidup. dan kemudian pada jangkah waktu tertentu menciptakan suatu perbedaan baik itu berupa (pengaruh)

¹⁵ Andi Rahmat Abidin and Mustika Abidin, 'URGENSI KOMUNIKASI MODEL STIMULUS ORGANISM RESPONSE (S-O-R) DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PEMBELAJARAN', 6.2 (2021), 74–90.

¹⁶McQuail, (2010:464)

terhadap mereka generasi muda.¹⁷ Adapun keterkaitan model SOR (*Stimulus, Organism, Respon*) dalam penelitian ini adalah :

- a. *Stimulus* yang di maksud adalah pesan dakwah disampaikan dalam sosial media *youtube*.
- b. *Organism* yang dimaksudkan adalah civitas masyarakat Akademika IAIN Parepare.
- c. *Respon/Efek* yang dimaksudkan adalah adanya perilaku yang berubah dikalangan masyarakat pengguna.

Teori ini menjadi dasar yang menyebabkan terjadinya perubahan sikap atau perilaku yang dilandasi dengan kualitas rangsangan atau pesan yang dikomunikasikan dengan penerima rangsangan atau komunikasi. Hal ini dapat diartikan bahwa sumber yang berkualitas dalam komunikasi seperti kredibilitas, kepemimpinan dan retorika memiliki pengaruh besar terhadap berhasil tidaknya perubahan perilaku atau tindakan seseorang, kelompok atau masyarakat. Teori SOR merupakan tahap komunikasi yang memunculkan reaksi atau rangsangan, dimana seseorang dapat berharap dan memprediksikan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Unsur-unsur dalam teori ini yakni pesan atau stimulus, komunikator atau organisme dan efek atau respon/reaksi.¹⁸

Penjelasan diatas dapat memberikan kita pemahaman bahwa teori ini memiliki keterkaitan satu sama lain seperti sebab akibat dari sebuah reaksi yang memberikan dampak dari suatu hal yang dikerjakan atau yang dilakukan.

¹⁷ Kadarina wastuti”Respon masyarakat badegan tahap siaran Dakwah K.H. Mabarun si radio persatuan Bantul”(Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaya, Yogyakarta, 2010), h,11

¹⁸Effendi, Kepemimpinan dan Komunikasi, (Yogyakarta: Al-Amin Press, 2003) h. 254

Seperti yang dijelaskan diatas kaitan dengan penelitian ini adalah bagaimana reaksi yang ditimbulkan dari penggunaan media yakni youtube dari *religion one*.

C. Tinjauan Konseptual

1. You Tube

Youtube adalah situs web untuk berbagi video yang dibuat pada Februari 2005 oleh tiga orang mantan karyawan PayPal. Dalam sistus ini memberikan fitur kepada apra penggunaannya untuk mengunggah berbagai video atau menonton video yang diunggah oleh orang lain. Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California dan menggunakan teknologi Adobe Flash Video dan HTML5 yang dimana video yang diunggah oleh pengguna ditampilkan, termasuk klip film, klip TV dan video musik. Tidak hanya itu, terdapat juga konten amatir seperti video blog, video original pendek, dan video pendidikan.¹⁹

YouTube adalah perusahaan yang mengumpulkan kumpulan konten buatan pengguna yang memuat ribuan film pendek dan episode TV serta ratusan film layar lebar. Melayani lebih dari dua miliar video sehari, telah menjadi pemimpin yang jelas dalam berbagi video online. YouTube adalah video online dan situs ini terutama digunakan sebagai sarana untuk menemukan, melihat, dan berbagi video asli dari seluruh dunia melalui Internet kata Budjargo.²⁰

¹⁹ Wikipedia, Youtube. <https://id.wikipedia.org> . Diakses pada tanggal 06 Januari 2023

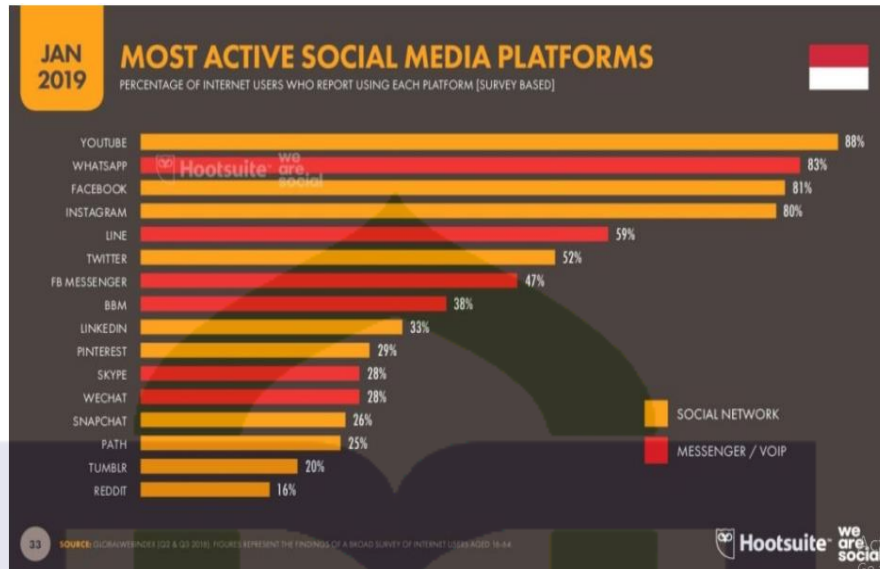
²⁰ Budiargo, Pengaruh Tayangan Media Sosial Youtube Terhadap Perkembangan Perilaku Menyimpang Siswa Di SMA Bandung. (Bandung : FKIP UNPAS, 2015), h. 47

Awalnya, YouTube adalah situs web independen kecil yang baru berusia satu tahun dan dibeli dengan harga 1,65 miliar dolar AS atau 23,76 triliun rupee (14.000 rupee per dolar). Youtube adalah video online dan tujuan utama situs web ini adalah untuk menemukan, menonton, dan membagikan video asli dari seluruh dunia dan dari sana melalui internet (Budiargo, 2015; 47). Sejak dibeli Youtube sampai detik ini telah berhasil memperoleh lebih banyak uang untuk goole dan bagi sebagian besar penggunanya. Fenomena penggunaan YouTube menjadi peluang sekaligus tantangan bagi industri penyiaran yang selama ini dinikmati penonton melalui televisi dan bioskop.²¹

Penjelasan diatas memberikan pemahaman bahwa youtube merupakan sebuah media yang menyediakan video atau musik baik itu dengan durasi yang pendek atau panjang yang dibuat oleh seseorang dan diunggah melalui akses dalam youtube tersebut. Dari penjelasan ini juga memberikan gambaran bahwa perkembangan dari media ini cukup pesat dengan jumlah pengguna yang menggunakan media atau aplikasi ini semakin hari semakin bertambah.

²¹ Sitti Utami Rezkiawaty Kamil dan Muthia Putri Aprina, Prosiding Komunikasi, Pembangunan, dan Media, (Kendari:KOMUNIKA, 2020), h. 21

Hal ini didukung oleh grafik pada gambar 2.2 berikut ini :



Gambar 2.2 Grafik Penggunaan Media Sosial

Data grafik di atas menunjukkan bahwa youtube merupakan media sosial yang sering dikunjungi oleh masyarakat Indonesia. Youtube digunakan dari berbagai kalangan diantaranya dari anak-anak, remaja, dewasa hingga lansia. Mereka menggunakan youtube dari mendengarkan musik hingga menonton video tutorial, review dan lainnya. Saat ini ada jejaring sosial yang sangat populer yang telah berkembang menjadi situs web yang sukses dengan konten audio visual sebagai sarana penyebaran informasi di Internet. Pengguna internet terpaksa menggunakan YouTube baik untuk media hiburan maupun untuk mencari berbagai informasi dan video pendidikan. Kesuksesan YouTube di dunia internet juga mendorong banyak perusahaan lain untuk mendirikan saluran khusus di YouTube.²²

²² Usman Hamid, *Dynamo : Digital Nation Movement*. (Yogyakarta : Benteng Pustaka)

Tentu penggunaan youtube dipengaruhi dengan berbagai aspek yang tersedia didalamnya sehingga banyak yang tertarik menggunakannya. Siti Aisyah dalam tulisan menjelaskan bahwa “Adnya ciri khusus yang terdapat dalam fitur youtube sehingga masyarakat sebagian besar memilih menggunakan media sosial ini ketimbangan yang lain, ciri atau karakteristik yang dimiliki yaitu:

- a. Dalam mengunggah waktu atau durasinya tidak berikan adanya pembatas yang membatasinya.
- b. Sistem keamanan yang cukup akurat. Youtube memberikan batasan keamanan agar dalam pengunggahan videonya tidak mengandung unsur sara, ilegal dan bersifat pornografi. Hal ini ditunjukkan dengan munculnya pertanyaan konfirmasi sebelum video tersebut diunggah. Apabila terjadi pelanggaran yang dilakukan oleh pengunggah, maka, konten tersebut akan dikenakan sanksi berupa pemblokiran bahkan penghapusan konten dari video yang diunggah tersebut.
- c. Adanya batasan usia (di bawah 18 tahun) tidak dapat mengakses konten dewasa, sehingga ada keamanan yang diberikan oleh YouTube untuk generasi muda penerus bangsa.
- d. Berbayar, saat ini youtube memberikan penawaran bagi siapa saja yang mengupload videonya ke youtube dan mendapatkan minimal 1000 viewer atau penonton akan diberikan penghasilan tambahan dari youtube. Semakin banyak subscriber, viewer, dan liker yang didapatkan seorang youtuber, maka semakin tinggi pula pendapatan yang didapat youtuber tersebut.

- e. Sistem offline yang disediakan youtube memudahkan masyarakat yang senang nonton di youtube tanpa harus memikirkan kuota, karena sistem offline ini bisa di download dengan layanan wifi gratis yang bisa didapatkan di kampus, cafe atau tempat lain yang sudah menggunakan layanan tersebut banyak wifi.
- f. Tersedianya editor yang sederhana, pada menu awal mengunggah video, pengguna ditawarkan agar melakukan editing pada video yang akan diunggah dan diberikan fitur untuk memotong video, mewarnai dan memberikan tambahan efek sesuai dengan keinginan dan hal itu tidak memerlukan modal yang besar tetapi memiliki hasil yang memuaskan”.²³

Konsep YouTube adalah untuk menyalurkan bakat atau tabiat YouTuber tentang gaya hidup, gaya pakaian dan makanan kegemaran mereka, tabiat solekan dan lain-lain perkara yang difasilitasi oleh YouTube supaya ia menjadi tabiat yang boleh mempengaruhi masyarakat. Dengan mempengaruhi komuniti, YouTuber dibayar oleh syarikat yang mempunyai barangan atau perkhidmatan untuk merasa diiklankan secara tidak langsung oleh YouTuber ini. Penambahan. Sisipan iklan antara video juga merupakan pendapatan tambahan yang disediakan oleh YouTube kepada YouTuber yang dirujuk oleh Google AdSense iaitu program kolaborasi pengiklanan melalui media internet yang diuruskan oleh Google.

Penghasilan dari google adsense terpantau langsung oleh youtube karena pendapatannya disediakan oleh youtube. Namun pendapatan yang

²³ Siti Aisyah, “Video Blog Sebagai Media Representasi Diri Vlogger di Kota Makassar”. LTA S-I Kearsipan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Hassanudin.2017

diperoleh youtuber dari mengiklankan suatu produk atau jasa hanya antara pemilik produk dengan youtuber tersebut yang mengetahui jumlah pendapatan tambahan. Tentu dengan berbagai fitur dan adanya peluang dalam menghasilkan uang dalam media ini memberikan ketertarikan pada penggunaannya.

2. Persepsi

Ber cerita tentang masalah persepsi pelajar (FUAD) terhadap dakwah melalui media YouTube, teori yang boleh digunakan ialah persepsi umum. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, persepsi adalah tanggapan, penerimaan langsung terhadap suatu serapan, atau merupakan proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya.²⁴ Dapat diartikan bahwa persepsi ini merupakan respon seseorang akan suatu hal.

Persepsi banyak diangkat dan dijelaskan oleh para penggiat literasi. Berikut pandang-pandang atau defenisi yang disampaikan oleh tokoh-tokoh yang ahli di bidang tersebut.

- a. Bima Walgio Dalam Pengantar Psikologi Umum menjelaskan bahwa “Persepsi merupakan pengamatan dunia luar yang dilakukan oleh individu menggunakan indera yang mereka miliki atau diterimanya stimulus atau ransangan dari komunikator”.²⁵
- b. Pendapat yang lebih sederhana diungkapkan oleh Sugihartono menjelaskan bahwa “Persepsi ialah proses penerjemaan atau mengartikan

²⁴ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Balai Pustaka, Jakarta, 2001, h. 304

²⁵ Bimo Walgito, Pengantar Psikologi Umum, Yogyakarta: Andi Ofset, 2004, h. 33

pesan yang disampaikan oleh komunikator dan ditanggapi oleh panca indera komunikan”.²⁶

- c. Jalaluddin Rahmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi menjelaskan bahwa “Persepsi adalah adanya pengalaman akan suatu hal atau objek peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan mengumpulkan informasi dan memberikan pandangan terhadap pesan”.²⁷
- d. Menurut Stanton sebagaimana yang dikutip dalam buku perilaku konsumen yang di tulis oleh nugroho menjelaskan bahwanya “Persepsi dapat diartikan sebagai makna yang kita lekatkan berdasarkan pengalaman sebelumnya dan pesan/stimulus (rangsangan) yang kita terima melalui panca indera (penglihatan, pendengaran, pengecapan dan lain-lain).
- e. Menurut Sarlito Wirawan Sarwono dalam bukunya Pengantar Umum Psikologi “Persepsi merupakan adanya kemampuan pengelompokan atau membedakan bagianbagian”.²⁸
- f. Menurut Miftah Thoha menjelaskan bahwasnya “Persepsi pada dasarnya adalah proses kognitif yang dibutuhkan setiap orang untuk memahami informasi tentang lingkungannya, melalui penglihatan, pendengaran, penghayatan, sentuhan atau penciuman.”²⁹
- g. Menurut Carole Wade dan Carol Tarvis berpendapat bahwasanya “Persepsi yaitu serangkain kegiatan atau tindakan yang melakukan

²⁶ Sugihartono, dkk. Psikologi Pendidikan, Yogyakarta : UNY Press. 2007. H 8

²⁷ Jalaluddin Rahmat, Psikologi Komunikasi, Bandung, Remaja Rosdakarya, 2004, h. 51

²⁸ Sarlito Wirawan Sarwono, Pengantar Umum Psikologi, Jakarta, Bulan Bintang, 2000, h. 39

²⁹ Miftah Thoha. Kepemimpinan dan Manajemen , Devisi Buku Perguruan Tinggi. PT. Grafindo Persada, Kakarta. 2010. H 141-142

pengatur pada saraf-saraf sensorik menjadi sebuah skema yang memiliki makna”.³⁰

Penjelasan dari setiap defenisi yang disampaikan oleh tokoh-tokoh diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan serangkaian informasi yang didapatkan melalui alat indera yang menimbulkan respon berupa tindakan atau perubahan.

Persepsi yang diberikan oleh seseorang terhadap suatu hal tentu memiliki faktor-faktro yang mempengaruhinya. Gifford dalam Ariyanti, juga menyebutkan bahwa persepsi manusia dipengaruhi oleh beberapa hal sebagai berikut:

a. Personal Effect

Kemampuan persepsi setiap individu akan berbeda dan melibatkan banyak faktor yang berpengaruh sebagai latar belakang keluarnya persepsi.

b. Cultural Effect

Konteks budaya yang dimaksudkan adalah berkaitan dengan tempat asal atau tempat tinggal seseorang. Budaya yang dibawa dari tempat asal dan tempat tinggal seseorang akan membentuk cara yang berbeza untuk setiap orang "melihat dunia". Selain itu, faktor pendidikan juga boleh mempengaruhi persepsi seseorang terhadap alam sekitar dalam konteks budaya.

c. Physical Effect

³⁰ Carole Wade dan Carol Tavis. Psikologi, alih bahasa Widyasinta Jakarta: Erlangga. 2007. H. 193

Keadaan alamiah suatu lingkungan akan mempengaruhi persepsi seseorang yang mengamati, mengetahui dan berada di lingkungan tersebut. Suatu lingkungan yang memiliki sifat dan unsur penyusun yang menghasilkan karakter atau keunikan tertentu akan menciptakan suatu identitas bagi lingkungan tersebut. Misalnya, sebuah ruang kelas akan otomatis dikenali jika di ruangan tersebut terdapat deretan meja, dan terdapat podium atau mimbar serta papan tulis di depannya.³¹

Penjelasan tersebut memberikan pemahaman bahwa persepsi terbentuk dari berbagai faktor baik itu dari intenal ataupun eksternal. Jalaluddin Rakhmat menyebutkan bahwasanya “faktor persepsi yaitu faktor fungsional dan faktor struktural. Dari berbagai faktor tersebut faktor perhatian adalah faktor yang sangat mempengaruhi persepsi”.³² Dalam mempersepsikan sesuatu terdapat beberapa komponen, dimana yang satu saling terkait, saling mendukung, atau merupakan suatu sistem, hingga seseorang menyadari bahwa dirinya dapat melakukan persepsi. Hal itu ada yang perlu di perhatikan persepsi itu terpenuhi, yaitu

- a. Ada objek yang dirasakan, objek yang menyebabkan rangsangan yang mengenai alat indera atau reseptor..
- b. Alat indera atau reseptor, benda adalah alat untuk menerima rangsangan, selain itu harus ada pada saraf sensorik yang merupakan rangsangan yang diterima oleh reseptor ke pusat sistem saraf, yaitu sebagai alat untuk menimbulkan tanggapan saraf sensorik diperlukan.

³¹ Elisa Ariyanti, tesis, “ pengembangan pemanfaatan polder kota lama semarang sebagai ruang public yang rekreatif berdasarkan persepsi masyarakat dan pemerintah, Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas diponogoro, 2005

³² Jalaluddin Rahmat, Psikologi Komunikasi, Bandung, Remaja Rosdakarya, 2004, h. 51

- c. Adanya pemahaman yang merupakan langkah awal sebagai persiapan akan menimbulkan persepsi tanpa perhatian tidak akan ada persepsi.³³

Hasil dari persepsi yang terjadi kemudian dari proses terbentuknya persepsi Menurut Irwanto, dapat dibagi menjadi dua yaitu:

- a. Persepsi positif

Persepsi yang menggambarkan segala pengetahuan (baik diketahui maupun tidak) dan kesan yang diteruskan dengan upaya pemanfaatan. Itu akan dilanjutkan dengan aktivitas atau menerima dan mendukung objek yang dirasakan.

- b. Persepsi negatif

Persepsi yang menggambarkan semua pengetahuan (tahu atau tidak) dan kesan yang tidak sesuai dengan objek yang dirasakan. Ini akan berlanjut dengan kepasifan atau menolak dan melawan objek yang dirasakan.³⁴

Persepsi dapat dikatakan suatu proses dimana seseorang memilih, mengartikan dan mengelompokkan apa yang terbayang mengenai apa yang ada disekeliling dunia. Persepsi dapat diartikan sebagai suatu proses memahami atau memberikan makna dari informasi atau data yang didapatkan dari stimulasi atau pesan. Pesan atau stimulus ini dihasilkan dari penangkapan panca indera yang memiliki objek, peristiwa atau keterkaitan dengan gejala yang kemudian diproses ke otak³⁵

³³ Bimo Walgito, Pengantar Psikologi Umum, Yogyakarta: Andi Offset, 2004, h. 54

³⁴ Irwanto, Psikologi Umum, (Buku PANDUAN mahasiswa), (Jakarta : PT. Prehallindo, 2002), h. 71.

³⁵ Siti DewiWulandari.,Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam,Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2018.

Perlu kita ketahui bahwasanya persepsi itu muncul karena masing-masing individu memiliki pandangan atau pendapat yang berbeda-beda dan dengan hal itulah sehingga terjadilah perpecahan apabila suatu informasi atau berita yang tersebar tercampiur dengan adanya tambahan-tambahan keliru dari pendapat orang lain.

Allah *Ta'ala* berfirman dalam Q.S Al Hujurat/49: 6:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَاٍ فَتَبَيَّنُوْا اَنْ تُصِيْبُوْا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوْا عَلٰٓى مَا فَعَلْتُمْ نٰدِمِيْنَ ﴿٦﴾

Terjemahnya :

“Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu”.³⁶

Stimulus atau pesan yang mengenai seseorang kemudian dikelompokkan, diinterpretasikan sehingga inderanya dapat menyadari sesuatu dari pesan atau stimulus tersebut. hal ini merupakan proses persepsi. Jadi pesan atau stimulus ini di terima melalui indera yang kemudian dengan proses persepsi yang dilakukan oleh alat indera tersesbut mengolahnya menjadi sebuah hal yang bermakna setelah dikelompokkan dan di interpretasikan.

Persepsi dapat membuat seseorang sadar dan memahami kondisi disekitar lingkungannya, objek apa yang dilihatna dan yang berkaitan dengan dirinya sendiri. Sebuah persepsi dapat terjadi jika sadanya sebuah rangsangan dari individu misalnya informasi, peristiwa dan lainnya. Penjelasan ini dapat ditarik sebuah simpulan bahwa persepsi merupakan suatu proses informasi yang

³⁶Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Surabaya: Sukses Publishing, 2012), h. 49.

didapatkan dari peristiwa atau kejadian masa lalu. Oleh karena itu, persepsi dapat dipahami dan diartikan sebagai suatu proses informasi yang terjadi melalui panca indera berdasarkan pengalaman pada masa lampau. Dan juga pengalaman terhadap benda-benda yang diberikan arti dan maknanya kemudian disebutkan berdasarkan rangsangan dari lingkungan. Dapat dipahami bahwa persepsi adalah pesan atau tanggapan diperoleh seseorang setelah mengadakan pengamatan langsung terhadap apa yang disampaikan.³⁷

3. Dakwah

Kata dakwah berasal dari bahasa arab yaitu (دعوة) Dalam Al-Qur'an kata dakwah dapat diartikan dengan berbagai arti. Namun kata dakwah sering diartikan dengan mengajak, menyeru, meminta, dan mengajak. Dari beberapa pengertian tersebut dapat diketahui bahwa dakwah merupakan kegiatan persuasif yang mengajak manusia pada kebaikan dan mencegah keburukan. Dengan demikian dalam dakwah lebih ditekankan pada proses daripada hasil.³⁸ Secara etimologis, kata “dakwah” merupakan bentuk maskulin dari kata (fi'il madzhi) dan (fi'il mudhori) yang berarti menyeru, mengajak, menasihati, mendesak dan memohon.³⁹ Secara istilah (terminologi) dakwah dapat diartikan sebagai sisi positif dari ajakan kepada keselamatan dunia dan akhirat..

Penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa dakwa merupakan seruan dalam mengerjakan kebaikan dalam hal ini ibadah. Banyak para tokoh-tokoh memberikan defenisi tentang dakwah antara lain sebagai berikut :

³⁷Effendi, Kepemimpinan dan Komunikasi, (Yogyakarta: Al-Amin Press, 2003) h. 264

³⁸ Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah. (Jakarta: Pranadamedia Group, 2004) h. 10

³⁹ Muriah, Siti. Metodologi Dakwah Kontenporer. Yogyakarta: Mitra Pustaka. 2000. H. 1

- a. Menurut Arifin menjelaskan bahwa “Dakwah adalah ajakan berbentuk lisan, tulisan, tingkah laku dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan terencana dalam upaya mempengaruhi orang lain secara individu atau kelompok sehingga timbul pemahaman dalam diri mereka, kesadaran akan sikap menghargai, dan pengalaman ajaran agama sebagai pesan atau penyampaian yang disampaikan kepadanya tanpa sebarang unsur paksaan.
- b. Muhammad Abu al-Fath al-Bayanuni menjelaskan bahwa “Dakwah merupakan sebuah penyampaian dan pengajaran aagam Islam kepada seluruh manusia agar mengaplikasikannya kedalam aktifitas kesehariannya.⁴⁰
- c. Menurut Asmuni Sukir dalam memberikan definisi tentang dakwah menjelaskan bahwasanya “Dakwah adalah serangkaian upaya agar manusia tetap mempertahankan, melestarikan dan menyempurnkan keimanannya kepada Allah Swt. dengan tetap melakukan syariat yang diperintahkan-Nya agar mereka menjadi manusia yang hidup di dunia dan akhirat⁴¹
- d. Menurut Abdul Aziz menjelaskan bahwa “dakwah merupakan bahasa Arab, berasal dari kata da’wah, yang bersumber pada kata: (da“a, yad“u, da“watan) yang memiliki makna seruan, panggilan, undangan atau doa”.⁴²

⁴⁰ Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah. (Jakarta: Pranadamedia Group, 2004) h. 11-13

⁴¹ Asmuni Syukir. Dasar-dasar Strategi Dakwah. Surabaya. Al-ikhlas. 1983. H. 20

⁴² Tata Sukayat, Quantum Dakwah, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 1.

- e. Menurut Amrullah Ahmad definisikan dakwah adalah mengadakan dan mengadakan arah perubahan. Mengubah struktur masyarakat dan budaya dari kedholiman kearah keadilan, kebodohan kearah kemajuan atau kecerdasan, kemiskinan kearah kemakmuran, keterblakangan kearah kemajuan, yang semuanya dalam rangka meningkatkan derajat manusia dan masyarakat kearah puncak kemanusiaan.⁴³

Penjelasan dari defenisi dakwah yang dikemukakan oleh para tokoh diatas dapat disimpulkan bahwa dakwah merupakan serangkaian tindakan untuk mengajak atau mengingatkan kepada orang lain agar berbuat baik dan konsisten dalam mengerjakannya dalam meningkatkan ketaqwaan kepada Sang Pencipta.

Dakwah tentu memiliki unsur-unsur sebagai penunjang dalam penyampaian dakwah kepada orang lain. Berikut unsur-unsur yang terdapat dalam dawkwah :

- a. Da'i (orang yang berdakwah)

Da'i adalah komunikator, yaitu orang yang menyampaikan pesan dakwah kepada orang lain. Dalam kitab Ilmu Da'i, ada dua jenis kelayakan da'i, yaitu umum dan khusus. Secara umum, dakwah diwajibkan bagi seluruh muslim mulatto sebagai bentuk ketaatan terhadap perintah Nabi, untuk menyampaikan dakwah kepada umat manusia. Secara khusus, penyebaran dakwah Islam dituntut dari umat Islam yang mumpuni dalam bidang agama seperti ustadz, ulama dan sebagainya..⁴⁴

⁴³ Amrullah Ahmad. *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*, Yogyakarta. Prima Duta. 1983. H.

⁴⁴ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*. (Jakarta: Pranadamedia Group, 2004) h. 216

b. Mad'u (orang yang menerima pesan dakwah)

Mad'u adalah mereka yang menjadi penerima dari pesan dakwah yang disampaikan. Istilah lain mad'u adalah mitra dakwah, bukan dikatakan sebagai obyek dakwah atau target dakwah dengan maksud agar da'i menjadi teman berpikir dan bertindak bersama mitra dakwah..

c. Pesan Dakwah

Isi pesan dakwah adalah kebenaran Islam. Agar kebenaran pesan dakwah dapat diterima oleh para mitra dakwah dengan keyakinan, maka da'i harus memperkuatnya dengan argumentasi dan fakta yang logis dari berbagai sumber.⁴⁵

d. Media Dakwah

Media dakwah (Wasilah) adalah penyampaian materi dakwah (ajaran Islam) kepada mad'u (obyek dakwah dengan adanya bantuan alat).⁴⁶

e. Efek Dakwah atau Feedback

Sebuah respons atau timbal balik yang ditimbulkan dari stimulus yang diberikan akan meraki gerakan atau tindakan yang bermunculan dari seseorang yang diberikan pesan atau yang menerima efek dari stimulus tersebut. hal ini ada hubungannya dengan dakwah yang menyampaikan pesan atau menyiarkan seruan untuk berbuat kebaikan atau ibadah kepada sang pencipta. respon yang diterima akan baik jika dakwah yang disampaikan juga baik ⁴⁷

f. Metode Dakwah

⁴⁵ HR. Muslim: Kitabul Imarah No. 3550

⁴⁶ Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah. (Jakarta. Pranadamedia Group, 2004),h. 120.

⁴⁷ Wahyu Ilaihi, Komunikasi Dakwah, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010) h. 403

Dari segi bahasa metode berasal dari dua kata yakni meta yang berarti “melalui” dan hodos yang berarti “jalan, cara”. Menurut Toto Tasmara menjelaskan bahwasanya "Metode dakwah merupakan cara-cara tertentu yang dilakukan oleh seorang da'i dalam mengajak mad'u untuk mencapai suatu tujuan atas dasar hikmah dan kasih sayang”.

Ada 3 macam metode dakwah yang terdapat dalam AlQur'an surat An-Nahl ayat 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدِلْهُمْ بِالتِّي هِيَ
أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ



Terjemahnya :

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”⁴⁸

Dari ayat di atas menggambarkan bahwa metode dakwah mencakup tiga ruang lingkup, pertama yaitu dengan hikmah yang menurut Imam Abdullah bin Ahmad Mahmud An-Nasafi adalah berdakwah dengan penggunaan kata-kata yang benar dan pasti, yaitu adil dalam memberi penjelasan kebenaran. dan rasa ragu hilang. Kedua, dengan mauidloh hasanah atau dakwah tabligh yang sering dijumpai dalam acara-acara sejenis

⁴⁸ Departemen Agama RI Al Qur'an dan Terjemah, (Jakarta: Jabal, 2010) h. 281

pengajian. Ketiga, melalui debat yang baik yang tujuannya mencari kebenaran tanpa sedikitpun rasa menjatuhkan lawan debat.⁴⁹

Dakwah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam Islam. Hal ini merujuk pada perjuangan-perjuangan Baginda Nabi Muhammad Saw. yang berdakwah dan menyebarkan kebaikan pada masanya dan diteruskan oleh tokoh-tokoh Islam di penjuru dunia. Dakwah atau penyebaran kebaikan ini tentu memiliki tujuan-tujuan atau pencapaian didalam. Adapun tujuan dakwah secara khusus adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan perubahan terhadap apa yang dipandang oleh manusia bagaimana penting dan hakikat dari kehidupan itu sesungguhnya.
- b. Memberikan tekanan yang mendalam kedalam hidup seseorang yang memeluk ajaran Islam sehingga memiliki kekuatan batin yang mampu menggerakkan manusia agar melaksanakan ajaran Islam atau kewajibannya..
- c. Manifestasi dari memberikan tekanan yang mendalam dalam ajaran Islam adalah manusia senantiasa berkeinginan untuk melaksanakan setiap apa yang disiarkan oleh ajaran Islam itu sendiri.⁵⁰

4. Konten Religion One

Konten merupakan serangkaian informasi yang ada dalam suatu web atau situs melalui media. Inilah yang digunakan untuk mengistilahkan

⁴⁹ M. Munir, Metode Dakwah, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2003) h. 6-18

⁵⁰ M. Bahri Ghazali, Da'wah Komunikatif: Membangun Kerangka Dasar Ilmu komunikasi Da'wah, (Jakarta: Pedoman Ilmu jaya, 1997), h. 7.

berbagai macam format dan jenis informasi atau data sebagai bagian nilai tambah media.⁵¹

Penjelasan diatas dapat dipahami bahwa konten merupakan konsep yang dibuat hingga menjadi sebuah penyampaian baik oleh seseorang yang membuat konten dalam hal ini disebut *content creator*. Konten yang terdapat dalam media sosial, memiliki 2 sifat yakni positif dan negatif. Beberapa konten sangat disayangkan memiliki lebih banyak unsur negatif ketimbang positif. Hal ini tentu memberikan harapan kepada remaja saat ini agar mampu menumbuhkan ide-ide konten yang memiliki nilai positif yang lebih besar dalam media sosial, terkhusus konten yang edukatif.⁵²

Konten *religionone* merupakan situs komunitas dakwah yang berkembang pesat di media *youtube* dengan jumlah, 1,79 jt subscriber. Pesan yang disampaikan merupakan pengalaman pribadi dari seorang narasumber dimana segala pengalaman negative dibagikan dalam konten ini. Oleh karena itu dalam konten tersebut banyaknya kontradiksi dari masyarakat terkait pesan dakwah yang disiarkan di *youtube religionone*. Sehingga peneliti tertarik ingin meneliti terkait persepsi mahasiswa fuad terhadap konten dakwah di *youtube religionone*. Menarik bagi peneliti melihat konsep dakwah yang dibagikan di *youtube* ini sehingga masyarakat banyak yang menonton pesan dari pengalaman sang narasumber terhadap ide kreativitas yang disajikan untuk khalayak publik.

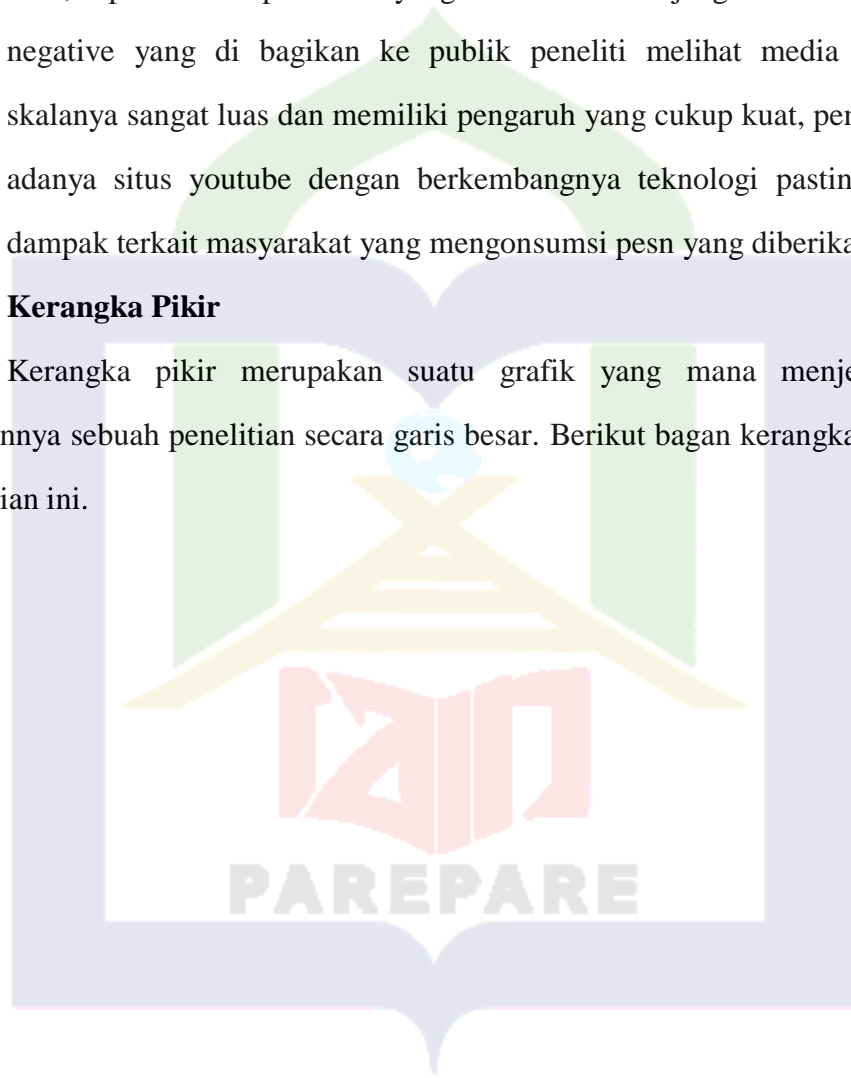
⁵¹ Finy F. Basarah dan Gustina, "Perancangan Konten Edukatif Di Media Sosial," Jurnal Abdi Masyarakat 5, no. 2 (2020): 24.

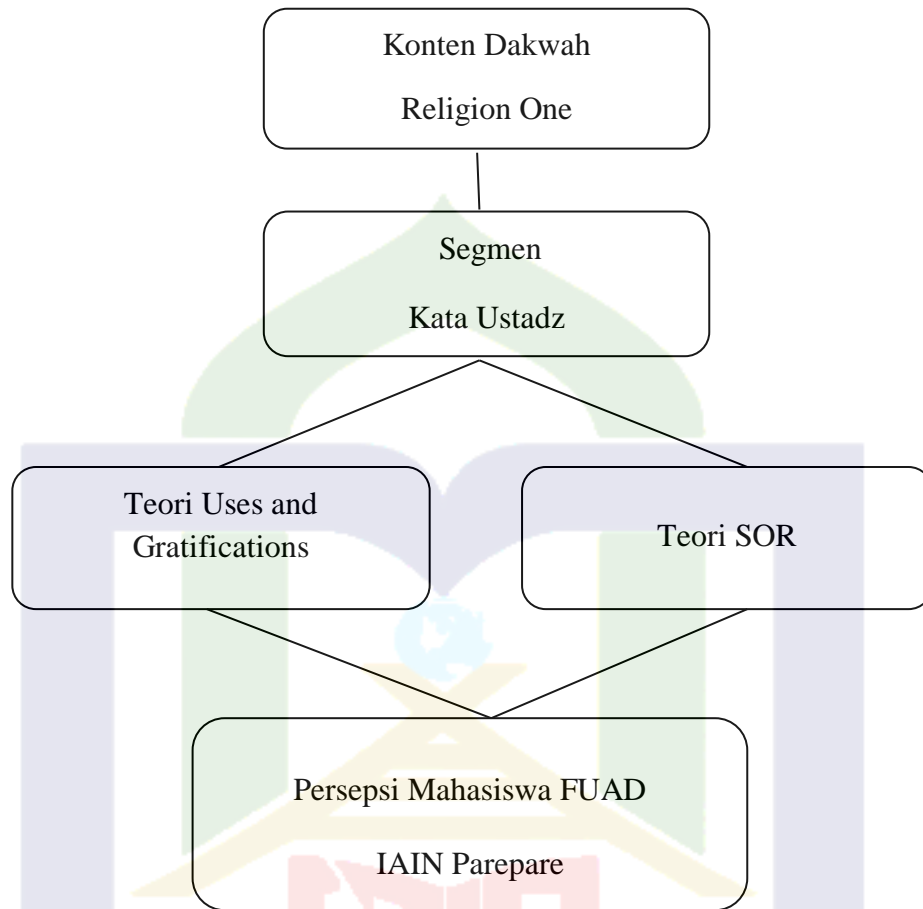
⁵² Azuna Vion Harnadi, "Analisis Konten Serial Film Animasi Upin dan Ipin Musim 8 Ditinjau Dari Prinsip Desain Pesan Pembelajaran," Jurnal Prodi Teknologi Pendidikan 6, no. 4 (2017): 384.

Apakah persepsi mahasiswa Fuad terkait konten dakwah religion one layak di konsumsi bagi para masyarakat ataukah tidak? Khususnya pada FUAD IAIN kota parepare. Melihat ide dan kreativias menghadirkan inovasi baru, seperti beberapa ustadz yang memberikan wejangan terkait pengalaman negative yang di bagikan ke publik peneliti melihat media youtube ini skalanya sangat luas dan memiliki pengaruh yang cukup kuat, peneliti melihat adanya situs youtube dengan berkembangnya teknologi pastinya memiliki dampak terkait masyarakat yang mengonsumsi pesn yang diberikan

D. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan suatu grafik yang mana menjelaskan alur berjalannya sebuah penelitian secara garis besar. Berikut bagan kerangka pikir dalam penelitian ini.





Gambar 2.3 Bagan Kerangka Pikir

Kerangka pikir dibuat berdasarkan pertanyaan penelitian yang mencakup suatu gabungan dari beberapa konsep. Objek penelitian ini ialah (komunitas) dakwah “Segmen kata ustadz pada konten dakwah religion. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa (FUAD) terkait konten dakwah kata ustadz di *youtube religione*. Asumsi dan stigma masyarakat akan terus lahir seiring berjalannya waktu oleh karena itu persepsi mahasiswa sangatlah dibutuhkan untuk meluruskan dan mengontrol pesan yang disiarkan dalam sebuah dakwah, dalam langkah penelitian ini garis besar subjek yang di angkat ialah persepsi generasi muda

masa depan khususnya civitas akademika kampus institute agama islam negeri kota parepare, melihat pengguna media yang menerapkan *be smart user?* dengan algoritma media yang terus menggiring masyarakat.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan & Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yang merupakan sebuah metode penelitian yang mana data penelitiannya berupa numerik dan analisis menggunakan statistik. Penelitian kuantitatif merupakan suatu proses menemukan sebuah pengetahuan yang datanya berupa angka sebagai alat untuk menganalisis keterangan terkait data atau hasil yang ingin diketahui.⁵³

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data yang kongkrit terkait ipersepsi mahasiswa FUAD terkait konten dakwah di segmen kata ustad di *youtube religione*. Pada penelitian ini, pendekatan yang digunakan ialah deskriptif kuantitatif. Deskriptif dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) berarti bersifat deskriptif atau dengan kata lain bersifat memberikan penjelasan apa adanya. Menurut Sugiyono (2008) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan guna mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel ataupun lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain.⁵⁴

B. Lokasi & Waktu Penelitian

1. Lokasi penelitian

Dalam penelitian ini, penulis turun langsung ke lokasi penelitian, dimana lokasi penelitian ini di adakan di FUAD di Institut Agama Islam Negeri.

⁵³Moh. Kasiram, *Metodde Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. (Cet. II; Malang: UIN-Maliki Press.2010),h. 172

⁵⁴Sugiyono, *metode penelitian pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*, (Bandung: alfabeta, 2014),

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan proposal yang telah diseminarkan dan telah memperoleh suat izin untuk melakukan penelitian dengan kurung waktu dua bulan atau sesuai dengan kebutuhan skema dalam penelitian nantinya.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Djarwanto (1994) menyatakan bahwasanya “Populasi adalah keseluruhan jumlah yang dari satuan atau individu yang memiliki karakteristik sesuai dengan yang akan diteliti yang dinamakan dengan unit satuan berupa orang, institusi dan benda”.⁵⁵ Dalam sebuah penelitian, maka diperlukan adanya subjek yang akan menjadi populasinya. Apabila populasi yang diteliti sudah diketahui maka ke beradaan populasi tersebut baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya sangat memungkinkan untuk diteliti. Untuk mengetahui secara terperinci terkait populasi, maka penulis uraikan pengertian dari populasi tersebut. “Populasi ialah jumlah keseluruhan dari satuan-satuan atau individu yang karakteristiknya akan hendak di teliti, dan satuannya tersebut dinamakan unit analisis, dapat pula berupa orang-orang, institusi, benda, dan sebagainya.”

Pada penelitian ini yang menjadi populasinya adalah seluruh Mahasiswa FUAD di kampus Institut Agama Islam Negeri. Berikut rincian jumlah mahasiswa dari setiap program studi yang ada pada FUAD.

⁵⁵Djarwanto (1994)

Tabel 3.1 Populasi Atau Mahasiswa FUAD di Institut Agama Islam Negeri

Program Studi	POPULASI 2021
Komunikasi & Penyiaran Islam (KPI)	66
Bimbingan Konselin Islam (BKI)	67
Manajemen Dakwah (MD)	48
Pengembangan Masyarakat Islam (MPI)	10
Sosiologi Agama (SI)	19
Jurnalistik Islam (JI)	12
Sejarah Peradaban Islam i(SPI)	21
Bahasa Dan Sastra Arab (BSA)	25
TOTAL	268

Berdasarkan pada data yang diperoleh dari fakultas ushuluddin, Adab dan dakwah, diketahui bahwa penelitian memiliki populasi mahasiswa sejumlah 268 mahasiswa. diantaranya 66 mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam, 67 mahasiswa bimbingan konselin islam, 48 mahasiswa manajemen dakwah, 10 mahasiswa pengembangan masyarakat islam, 19 mahasiswa sosiologi agama, 12 mahasiswa jurnalistik islam, 21 mahasiswa sejarah peradaban islam, 25 mahasiswa bahasa dan sastra arab.

2. Sampel

Menurut Djarwanto, sampel adalah bagian yang berasal dari bagain populasi yang memiliki karakteristik yang akan diteliti oleh peneliti. Sampel yang dikatakan baik yakni yang mampu menyimpulkan dan menggambarkan karakteristik dari populasi yang akan diteliti. Sampel merupakan suatu prosedur data yang mana hanya sebagian dari populasi yang diambil dan

dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dimaksudkan dari suatu populasi.⁵⁶ Oleh karena itu “sampel ialah bagian dari populasi yang karakteristiknya akan diteliti.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik slovin sebagai penarikan sampel, agar peneliti dapat lebih mudah menghitungnya dengan menggunakan rumus dan perhitungan sederhana.⁵⁷

Rumus Slovin menentukan sampel ialah:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan :

n: jumlah sampel yang digunakan

N : jumlah total populasi

e : toleransi eror dari populasi untuk di jadikan sampel **(0.05)**

Maka untuk mengetahui sampel penelitian ini ialah dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

$$n = \frac{268}{1 + 268 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{268}{1 + 268 (0,0025)^2}$$

$$n = \frac{268}{1,67}$$

$$n = 160$$

⁵⁶Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, h. 30

⁵⁷Rostina sundayana, *statistika penelitian pendidikan, (bandung: alfabeta, 2016)*

Maka, sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah khususnya untuk mahasiswa fakultas ushuluddin, adab dan dakwah (FUAD) berjumlah 160 orang mahasiswa. Sesuai dengan teknik perhitungan sampel maka responden dalam penelitian ini adalah 160 orang mahasiswa (FUAD) FUAD institute agama islam negeri, wilayah kota parepare.

D. Teknik Pengumpulan & Penyajian Data

Penelitian ini membutuhkan penelitian lapangan dengan teknik pengumpulan data yang mengharuskan penulis untuk turun langsung mendapatkan data-data konkret yang kemudian diolah menjadi hasil penelitian terkait masalah yang sedang dikaji. Maka, penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Angket

Angket atau yang juga dikenal sebagai kuesioner merupakan teknik pengumpulan data penelitian dengan mengajukan beberapa pertanyaan dan pernyataan kepada responden. Angket disusun dalam bentuk tertulis yang kemudian dapat dijawab oleh responden sesuai dengan yang diketahui dan dialaminya secara jujur dan objektif. Pemberian angket kepada responden dapat diberikan secara langsung.

Terdapat dua jenis angket penelitian yakni angket tertutup dan angket terbuka. Angket terbuka adalah pertanyaan yang diajukan peneliti kepada responden untuk dijawab secara uraian dan rinci dimana peneliti tidak dapat menduga jawaban responden. Adapun penelitian tertutup berupa pertanyaan atau pernyataan yang diajukan peneliti disertai dengan pilihan jawaban dari peneliti untuk dipilih oleh responden terkait apa yang dialaminya terhadap masalah yang sedang diteliti.

Melalui penelitian ini akan digunakan angket tertutup yang mana responden diminta untuk memilih jawaban yang sesuai dengan apa yang disarankannya dari pernyataan yang disediakan peneliti. Penulis menggunakan instrument berupa angket pernyataan secara tertulis untuk mengetahui aprehensi komunikasi dan kemampuan penettrasi sosial responden yang termasuk dalam sampel. Oleh karena itu angket merupakan serangkaian pertanyaan tertulis yang ditujukan untuk mahasiswa mengenai masalah-masalah tertentu khususnya persepsi mahasiswa FUAD terhadap konten dakwah kata ustadz di *youtube religione* yang dimana dengan angket atau kuesioner ini bermaksud untuk mendapatkan ulasan dari khalayak mahasiswa (responden) tersebut. Angket ini akan digunakan untuk mengumpulkan data tentang persepsi mahasiswa dalam memilih konten ditinjau dari retorika, S-O-R iada *objek*. Skala pengukuran yang akan digunakan dari angket ialah skala *Gutt,am*.

Mengukur sikap, pendapat, dan juga persepsi seseorang atau sekelompok tentang tanda tertentu disebut dengan skala *guttman*. Pada skala ini memiliki dua bentuk pertanyaan, yaitu : pertanyaan positif dan pertanyaan negative. Pada ipertanyaan ipositif iakan idiberi iskor 2, 1 iSedangkan ipada ipertanyaan inegatie akan diberi skor 1, 2. Adapun bentuk dari skala ini terdiri dari *iya dan tidak*.⁵⁸

2. Observasi

Observasi adalah upaya penelitian dengan cara mengamati dan mengumpulkan data melalui pemilihan, pencatatan, dan pengkodean.

⁵⁸Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan SPSS (Kencana: Prenadamedia Group, 2013), h. 25

Teknik pengumpulan data observasi merupakan sebuah proses memperhatikan dan mengamati objek dan subjek yang sedang diteliti, dimana hasil pengamatan tersebut dimasukkan ke dalam penelitian.

Pengamatan dilakukan untuk melihat secara langsung keadaan objek subjek penelitian di lapangan. Observasi dilakukan bersamaan dengan proses pemberian angket guna mengamati keadaan aprehensi komunikasi dan kemampuan penetrasi hubungan akrab responden secara langsung yang kemudian diolah dengan cara analisa.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan proses pengumpulan data yang dipilih dan disimpan sebagai informasi pendukung dalam menganalisis objek penelitian. Data dokumentasi yang dikumpulkan berupa gambar dan atau video yang diambil langsung selama proses pengisian angket dan observasi. Dokumentasi kemudian diolah sebagai bahan referensi dalam penafsiran kondisi atau perilaku responden sebagai mahasiswa yang memiliki aprehensi komunikasi pada kemampuan penetrasi hubungan akrabnya.

Pada teknik dokumentasi ini digunakan dalam mendapatkan sejumlah data melalui penyalinan dari sejumlah dokumen atau bukti tertulis seperti keadaan populasi, data, dan kondisi lapangan.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan pembatasan dari pengertian yang digunakan peneliti yang dijadikan pedoman agar tidak terkesan meluas tetapi memiliki fokus

dari pengertian yang akan diteliti. Sehingga definisi operasional yang diangkat dalam penelitian ini, antara lain :

1. Persepsi

Persepsi merupakan tahap yang ditangkap oleh panca indera yakni stimulus/pesan yang diterima oleh seseorang oleh alat indera tersebut . Persepsi merupakan stimulus yang di indera oleh individu, diorganisasikan kemudian diinterpretasikan sehingga individu menyadari dan mengerti tentang apa yang di indera. Adanya persepsi di sini di fokuskan pada konten dakwah di *youtube religione*, berarti bagaimana tanggapan mahasiswa FUAD dengan konten dakwah youtube religi one.

2. Dakwah

Dakwah merupakan usaha untuk memberikan perubahan atas kebiasaan seseorang menjadi lebih baik dan sempurna baik itu individu ataupun kelompok. Penjelasan ini memberikan pemahaman bahwa hakikat dakwah sebatas pada usaha seseorang untuk mengajak pada keimanan dan ibadah semata. Lebih lanjutnya dakwah juga memiliki upaya untuk menyadarkan manusia hakikatnya berada di dunia dan kehidupannya didunia untuk apa. Dapat dipahami bahwa dakwah adalah upaya memecahkan sebuah permasalahan dan memenuhi kebutuhan manusia.

Penjelasan diatas, memberikan gambaran batasan operasional yang ada pada penelitian ini terbatas pada pengkajian terkait persepsi mahasiswa Fuad mengenai konten dakwah yang di unggah pada youtube religione. Jadi, dapat dipahami dan digambarkan bahwasanya persepsi yang dimaksudkan ialah bagaimana pandangan dari audiens khususnya mahasiswa Fuad mengenai konten yang diunggah pada youtube

religion one harus di rancang dengan lebih baik dan haruslah memperoleh siaran yang baik dan tepat, konten yang lebih mendidik dan memberikan informasi yang memberikan ketertarikan dan mengarahkan perhatian audiens agar youtube tetap menjadi media sosial yang memiliki sifat edukatif dan informatif.

Terutama dalam menyiarkan siaran bernuansa islami, dimana pesannya bertujuan untuk mengubah sikap dan perilaku Khalayak kearah kebaikan. Untuk itu pihak *youtube* tentunya memperhatikan criteria siaran yang berkualitas, baik dan benar, maka diharapkan akan mampu memberikan kontribusi kepada khalayak berupa hasil produksi siaran benar-benar dapat dinikmati. Khususnya setiap konetn dakwah yang di bagikan di *youtube* religion one.

F. Teknik Analisis Data

Menurut Berryman, penelitian kuantitatif melibatkan teori, desain, hipotesis, dan penentuan subjek. Penelitian kuantitatif mencakup jenis data kuantitatif yang biasanya mewakili data dalam bentuk angka atau angka. Survei ini biasanya dilakukan dengan menggunakan analisis dan teknik statistik. Penelitian kuantitatif pada umumnya bertujuan untuk menentukan hubungan antar variabel, melakukan pengukuran dan membimbing desain penelitian.

Adapun teknik analisis data yang penulis gunakan ialah analisis *deskriptif kuantitatif* yang berupa table distribusif frekuensi dan mean untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi bahasa, sikap yang digunakan narasumber pada konten konten dakwah kata ustadz di *youtube* religion one dimana dalam konten dakwah ini yang berperan sebagai narasumber ialah pemuda dan pemudi dengan gaya bahasa dan privasi seorang narasumber menjadi acuan terhadap perilaku khalayak dalam memilih peristiwa dalam sistem dakwah yang disampaikan berdasarkan data

yang diperoleh.⁵⁹ Untuk mengetahui presentase nilai rata-rata rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$P = \frac{f}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

P : angket presentase

f : frekuensi yang dicari presentasinya

n : banyaknya sampel

Dalam menganalisis data tersebut, penulis menggunakan teknik analisis data deduktif yakni suatu cara penulisan yang didasarkan pada penganalisaan dari kesimpulan yang sifatnya umum kemudian diuraikan kepada hal-hal yang bersifat khusus.

G. Prasyarat Data

1. Uji validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang mana menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen. Suatu instrument valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebab suatu instrument dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari suatu variabel yang diteliti secara tepat. Adapun tinggi rendahnya validitas instrument. menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.⁶⁰

⁵⁹Latifah Uswatun Khasanah, Teknik analisis data, Vol.01 Series 2022

⁶⁰Rostina sundayana, *statistika penelitian pendidikan*, (bandung: alfabeta, 2016), h. 59-60

2. Uji reabilitas

Reabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang iberkaitan idengan kontruk-kontruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Jadi, suatu data dikatakan realibel apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama atau peneliti yang sama dalam waktu yang berbeda menghasilkan data yang sama, ataukah sekelompok data jika dipecah maka menjadi dua dan menunjukkan data yang tidak berbeda.⁶¹

3. Instrumen Penelitian

Tabel 3.2 Variabel Gaya Dakwah Dalam Media Youtube

NO	Pernyataan	Pilihan Jawaban	
		YA	TIDAK
1.	Apakah kamu menggunakan youtube	2	1
2.	Anda menyukai siaran dakwah dalam media <i>youtube</i> ?	2	1
3.	Anda menyukai konten dakwah kata ustadz yang di bagikan di media <i>youtube</i> ?	2	1
4.	Anda lebih menyukai dakwah yang di siarkan di <i>youtube</i> di banding televisi?	2	1
5.	Bagaimana pemahaman mahasiswa (FUAD) terhadap isi konten dilemma anak muda saat tak sengaja lihat video tiktok seksi di <i>youtube</i> religion one	2	1

⁶¹Sugiyono, *metode penelitian pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*, (Bandung: alfabeta, 2014), h, 362

Tabel 3.2 Variabel Gaya Komunikasi Narasumber

NO	Pernyataan	Pilihan Jawaban	
		YA	TIDAK
1.	Apakah anda tertarik dengan narasumber yang menyampaikan metode dakwah di segmen kata ustadz?	2	1
2.	Anda tertarik dengan narasumber yang menggunakan intonasi tinggi dalam bahasa daerah saat menyampaikan pengalaman hidup dalam dakwah?	2	1
3.	Anda menyukai narasumber yang kasar ketika menyiarkan kisahnya dalam dakwah?	2	1
4.	Mengetahui pentingnya persepsi Mahasiswa iFUAD dengan metode penyampaian idakwah idi isegmen kata iustadz.	2	1
5.	Pentingnya persepsi mahasiswa FUAD dengan metode penyampaian dakwah di segmen kata ustadz?	2	1

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian

Youtube merupakan situs web yang memiliki target sebagaimana media massa berbasis web video yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi video yang mereka miliki, sebatas menikmati dan berbagai video yang di unggah berbagai pihak. Hal ini juga berlaku untuk penulis melihat manfaat dakwah yang di bagikann melalui situs ini, seperti yang kita ketahui hal ini tentunya menjadi fokus penelitian penulis ialah mengambil data sesuai persepsi mahasiswa FUAD terhadap konten dakwah kata ustadz *youtube* religione.

Populasi dalam penelitian ini ialah mahasiswa institut agama islam negeri kota parepare khususnya civitas akademika mahasiswa FUAD. Adapun metode yang digunakan oleh peneliti yakni dengan membagikan angket atau kuesioner kepada mahasiswa FUAD.

1. Pengujian Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Validitas merupakan sesuatu yang memberikan tingkat valid atau kesahihan instrument yang digunakan.berikut dasar pengambilan keputusan dalam pengujian validitas:

- 1) Perbandingan nilai r hitung dengan nilai r tabel
 - a) Jika nilai r hitung $>$ r tabel maka valid
 - b) Jika nilai r hitung $<$ r tabel maka tidak valid
- 2) Melihat nilai signifikansi (Sig.)
 - a) Jika nilai signifikansi $<$ 0,05 maka valid

- b) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak valid
- c) Tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ (0,05), $df = N-2$ (160-2= 158)
- d) Nilai r tabel pada 158 = 0,155

Berikut tabel hasil pengujian validitas setiap instrumen atau pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

		Correlations	
		Persepsi	
Persepsi	Pearson Correlation	,157**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	160	160

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber Data : Data primer yang diolah (2022)

Tabel 4.2 Hasil Uji Kevalidan Setiap Instrumen Penelitian

Corrected Item-Total Correlation			
	Corrected Item-Total Correlation	R Tabel	Keterangan
ITEM1	,251	0,155	Valid
ITEM2	,277	0,155	Valid
ITEM3	,321	0,155	Valid
ITEM4	,335	0,183	Valid
ITEM5	,330	0,183	Valid
ITEM6	,352	0,183	Valid
ITEM7	,470	0,183	Valid
ITEM8	,340	0,183	Valid
ITEM9	,451	0,183	Valid
ITEM10	,195	0,183	Valid

Sumber Data : Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel uji validitas menunjukkan hasil pernyataan tiap item pada persepsi mahasiswa FUAD dalam mengutarakan pendapat mereka ditinjau dari pengolahan pendapat mahasiswa diperoleh r hitung $(0,157) > r$ tabel $(0,155)$ dengan nilai signifikansi $(0,000) < 0,05$. Maka dapat dikatakan data dari pernyataan mahasiswa FUAD institut agama islam negeri Kota Parepare memperoleh r hitung $(157) > r$ tabel $(0,155)$ dengan signifikansi $(0,000) < 0,05$ maka dikatakan valid.

b. Uji Realibilitas

Realibilitas merupakan ukuran yang memberikan bukti bahwa responden dalam menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan variabel-variabel dalam setiap butir pertanyaannya apakah tergolong stabil atau konsisten. dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini antara lain :

- a) Jika $\alpha > r$ tabel maka dikatakan konsisten (reliabel)
- b) Jika $\alpha < r$ tabel maka dikatakan tidak konsisten (tidak reliabel).

Tabel 4.3 Hasil Uji Reabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.127	10

Sumber Data : Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel uji realibilitas pada persepsi mahasiswa FUAD terkait konten dakwah kata ustads di *youtube* religion one dalam memilih penceramah ditinjau dari persepsi mahasiswa FUAD Kota Parepare mendapatkan nilai *Cronbach's Alpha* dari 10 item pernyataan adalah 0.127. maka $\alpha (0.127) > r$ tabel $(0,155)$ maka item pernyataan pada persepsi

mahasiswa FUAD dalam memilih konten dakwah kata ustads di *youtube* religione ditinjau dari persepsi mahasiswa dapat dikatakan konsisten (realiabel). Nilai dari *Cronbach's Alpha* menunjukkan bahwa tingkat konsistensi dari instrumen penelitian yang digunakan sebesar 12,7%, artinya apabila kuesioner dalam penelitian ini digunakan berulang-ulang pada populasi maka tidak akan memberikan nilai konsistensi yang tinggi untuk mengukur persepsi mahasiswa FUAD dalam memilih konten di *youtube*. Jadi, pernyataan dari persepsi mahasiswa FUAD terkait konten dakwah kata ustadz pada *youtube* religion one tidak realibel atau tidak konsisten.

2. Karakteristik Responden.

Penelitian ini memiliki 160 responden, yang menjadi sampel ialah mahasiswa FUAD institut agama islam negeri Kota Parepare. Sebelum menganalisis jawaban responden, maka terlebih dahulu peneliti mengemukakan karakteristik mahasiswa FUAD institut agama islam negeri, Kota Parepare.

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

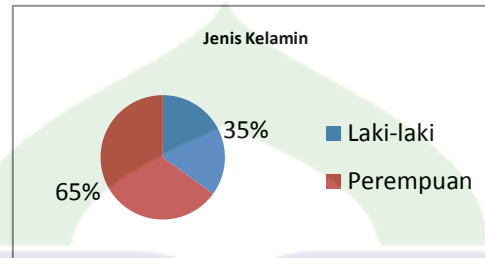
JENIS KELAMIN	SATUAN	PERSENTASE
Laki-laki	56	35%
Perempuan	104	65%
Total	160	100%

Sampel (n): 160

Responden: Angket

Berdasarkan data diatas, menunjukkan responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 35% (56 orang). Sedangkan responden dengan jenis

kelamin perempuan sebanyak 65% (104 orang). Adapun jumlah keseluruhan responden ialah 160 orang. Hal ini membuktikan bahwasanya jenis kelamin perempuan menjadi responden terbanyak dalam penelitian ini. Adapun perbandingan keduanya dapat dilihat pada diagram berikut ini :



Gambar 4.1 Diagram Karakteristik Responden

3. Deskripsi Jawaban Responden

Sebelum menganalisis jawaban responden, maka terlebih dahulu peneliti mengemukakan ketertarikan mahasiswa FUAD institut agama islam negeri Kota Parepare dalam mengutarakan persepsi mereka terhadap konten dakwah kata ustadz di *youtube* religione, tempat suka mendengar ceramah, kecenderungan mahasiswa memilih *youtube*, dan Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 4.5 Jawaban Responden Terkait Penggunaan Media *Youtube*

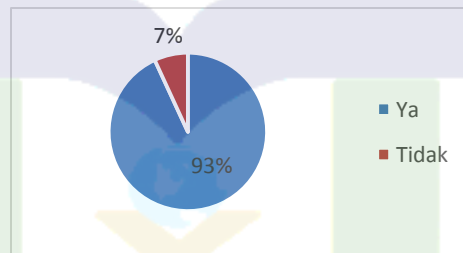
NO	PERNYATAAN	SATUAN	%
1.	Ya	149	93 %
2.	Tidak	11	7 %
Total			100%

Sampel (n): 160

Responden: Angket

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa mahasiswa FUAD Institut agama islam negeri khususnya Kota Parepare yang tertarik dengan

narasumber yang menyampaikan metode dakwah di segmen kata ustadz melalui situs *youtube* sebanyak 93% (149 orang) sedangkan yang tidak suka mendengarkan ceramah sebanyak 7% (11 orang). Artinya responden yang ada di Institut Agama Islam Negeri Kota Parepare sebagian besar memiliki ketertarikan mendengarkan Dakwah di *youtube*. Oleh karenanya sesuai fakta survei lapangan data yang penulis dapatkan ialah 93% dari satuan 149 yang menyatakan sikap (ya), sedangkan dengan survei 7% dengan satuan 11 pernyataan (tidak). Berikut gambar perbandingan dari setiap responden.



Gambar 4.2 Diagram Jawaban Responden Terkait Penggunaan Media Youtube

Berikutnya deskripsi hasil jawaban atau tanggapan mahasiswa FUAD terkait dengan ketertarikan mereka terhadap konten atau siaran dakwah dalam media *youtube*

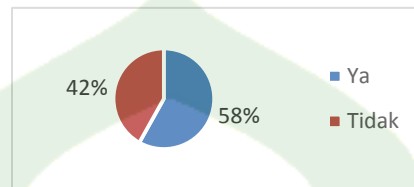
Tabel 4.6 Jawaban Responden Terkait Ketertarikan dengan siaran dakwah dalam media *youtube*

NO	PERNYATAAN	SATUAN	%
1.	Ya	93	58%
2.	Tidak	67	42%
Total			100%

Sampel (n): 160 Responden: Angket

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat bahwa mahasiswa 58% (93 orang) yang lebih memilih untuk mengonsumsi dakwah dari media *youtube*,

sedangkan yang mendengarkan dakwah melalui televisi hanya 42% (67 orang) Artinya sebagian besar responden yang ada di FUAD lebih menyukai siaran dakwah dalam media *youtube*. Adapun gambar perbandingan dari respon tersebut dapat dilihat pada gambar 4.3 dibawah ini.



Gambar 4.3 Diagram Jawaban Responden Terkait Penggunaan Media *Youtube*

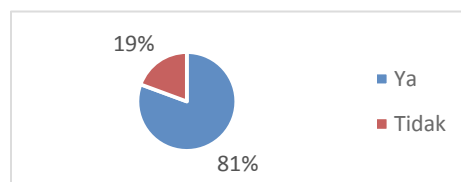
Berikutnya deskripsi hasil jawaban atau tanggapan mahasiswa FUAD terkait konten dakwah kata ustadz yang dibagikan di media *youtube*

Tabel 4.7 Jawaban Responden Terkait konten dakwah kata ustadz yang dibagikan di media *youtube*.

NO	PERNYATAAN	SATUAN	%
1.	Ya	129	81%
2.	Tidak	31	19%

Sampel (n): 160 Responden: Angket

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat bahwa mahasiswa yang menyukai konten dakwah kata ustadz yang di bagikan di *youtube*, berjumlah 81% (129 orang) sedangkan yang tidak menyukai konten dakwah kata ustadz 19% (31 orang) Artinya sebagian besar responden yang ada di FUAD lebih menyukai konten terkait segmen kata ustadz yang kita ketahui di bagikan di laman media *youtube*.



Gambar 4.4 Diagram Jawaban Responden Terkait konten dakwah kata ustadz yang dibagikan di media *youtube*

Berikutnya deskripsi hasil jawaban atau tanggapan mahasiswa FUAD terkait Ketertarikan Responden terkait pilihan siaran *youtube* di banding televisi.

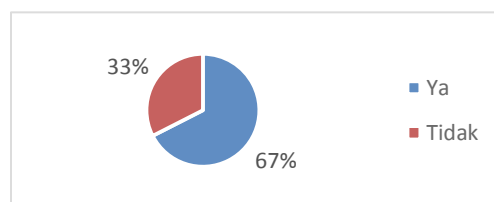
Tabel 4.8 Ketertarikan Responden terkait pilihan siaran *youtube* di banding televisi.

NO	PERNYATAAN	SATUAN	%
1.	Ya	108	68%
2.	Tidak	52	32%

n: 160

Responden: Angket Penelitian

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat bahwa persepsi mahasiswa FUAD terkait pilihan siaran *youtube* di banding televisi dengan data dan survei lapangan membuktikan bahwasanya 68% mahasiswa dengan satuan (128 orang) yang telah memilih untuk menggunakan *youtube* sebagai sarana konsumsi dakwah dalam kesehariannya, sedangkan yang tidak menyukai dakwah melalui *youtube* di banding televisi 32% dengan satuan (52 orang) Artinya mahasiswa FUAD pastinya lebih menyukai siaran dakwah melalui media *youtube* dengan jangkauan yang begitu cepat tanpa melakukan aktivitas berat dengan mayoritas mahasiswa tak lepas dari gawainya sendiri. Dengan perbandingan yang dapat dilihat pada gambar berikut ini



Gambar 4.5 Diagram Jawaban Responden Terkait Ketertarikan Responden terkait pilihan siaran *youtube* di banding televisi

Berikutnya deskripsi hasil jawaban atau tanggapan mahasiswa FUAD terkait terhadap isi konten dilema anak muda saat tak sengaja lihat video tiktok seksi dakwah kata ustadz di *youtube* religion one. Berikut hasil jawaban dari respondengan dengan perbandingan yang dapat dilihat pada tabel dan gambar berikut.

Tabel 4.9 Bagaimana pemahaman mahasiswa (FUAD) terhadap isi konten dilema anak muda saat tak sengaja lihat video tiktok seksi dakwah kata ustadz di *youtube* religion one.

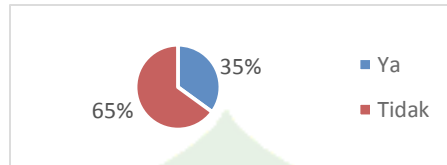
NO	PERNYATAAN	SATUAN	%
1.	Tidak	56	35%
2.	Ya	104	65%

n: 160

Responden: Angket Penelitian

Berdasarkan tabel 4.9 dapat dilihat bahwa persepsi mahasiswa FUAD terkait pemahaman isi konten dilema anak muda saat tak sengaja lihat video tiktok seksi dengan itu survei lapangan dan data membuktikan 65% dari satuan (104 orang) mahasiswa yang berkenan untuk menuahkan ide baru sesuai adanya perkembangan teknologi dan algoritma media akan terus memberi dampak bagi regenerasi oleh karena itu, sedangkan yang tidak menyukai isi konten dilemma anak muda saat tak sengaja lihat video tiktok 35% dengan satuan (56 orang) mahasiswa. Artinya mahasiswa FUAD meyakini perkembangan teknologi walaupun beberapa mahasiswa memiliki kecemasan berkelanjutan terhadap arus gempuran teknologi saat ini. khususnya dengan adanya algoritma baru yang memperbudak seorang

mahasiswa bahkan sekelompok masyarakat. Adapun grafiknya sebagai berikut.



Gambar 4.6 Diagram Jawaban Responden Ketertarikan Responden terkait isi konten dilema anak muda saat tak sengaja lihat video tiktok seksi dakwah kata ustadz di youtube religion one.

Deskripsi hasil jawaban atau tanggapan mahasiswa FUAD selanjutnya terkait Ketertarikan Responden terhadap narasumber yang menyampaikan metode dakwah di segmen kata ustadz. Berikut hasil dari jawaban reponden pada tabel dan gambar dibawah ini.

Tabel 4.10 Ketertarikan Responden terkait narasumber yang menyampaikan metode dakwah di segmen kata ustadz.

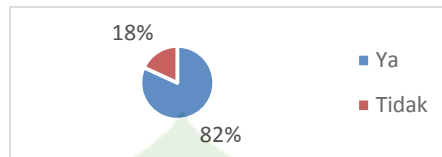
NO	PERNYATAAN	SATUAN	%
1.	Ya	131	82%
2.	Tidak	29	18%

n: 160

Responden: Angket Penelitian

Berdasarkan table 4.10 diatas dapat dilihat bahwa persepsi mahasiswa FUAD dengan narasumber yang menyampaikan metode dakwah di segmen kata ustadz 82% dengan satuan (131 orang) mahasiswa yang memilih setuju dalam memilih narasumber yang hadir di segmen kata ustadz. oleh karena itu sedangkan yang tidak menyukai sikap perilaku serta persepsi seorang narasumber hanya 18% dari satuan (29 orang). Itu Artinya mahasiswa FUAD dominan menyukai narasumber yang ikut serta hadir dalam segmen kata

ustadz di *youtube* religion one ini. Berikut diagram persentasi pada jawaban ini.



Gambar 4.7 Diagram Jawaban Responden Terkait Ketertarikan Responden terkait narasumber yang menyampaikan metode dakwah di segmen kata ustadz.

Deskripsi hasil jawaban atau tanggapan mahasiswa FUAD selanjutnya terkait Ketertarikan responden dengan narasumber yang menggunakan intonasi tinggi dalam bahasa daerah saat menyampaikan pengalaman hidup dalam dakwah

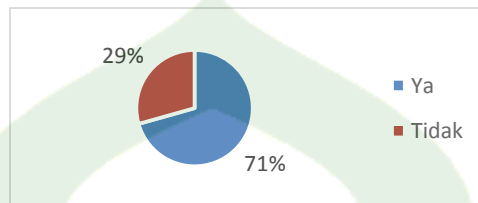
Tabel 4.11 Ketertarikan responden dengan narasumber yang menggunakan intonasi tinggi dalam bahasa daerah saat menyampaikan pengalaman hidup dalam dakwah.

NO	PERNYATAAN	SATUAN	%
1.	Ya	113	71%
2.	Tidak	47	29%

n: 160 Responden: Angket Penelitian

Berdasarkan tabel 4.11 dapat dilihat bahwa persepsi mahasiswa FUAD memiliki data fakta 71% dari satuan (113 orang) yang memilih dengan narasumber yang menggunakan intonasi tinggi dalam bahasa daerah saat menyampaikan pengalaman hidup dalam dakwah, sedangkan yang tidak menyukai narasumber saat menerapkan intonasi tinggi serta bahasa daerah saat menerapkan dakwah secara siaran di media youtube ialah 29% dari

satuan (47 orang) mahasiswa. Artinya mahasiswa FUAD tidak mempermasalahkan intonasi serta bahasa yang mengganggu proses siaran dakwah melalui *platform* media *youtube*. Adapun grafiknya dapat dilihat dibawah ini.



Gambar 4.8 Diagram Jawaban Responden Terkait Ketertarikan responden dengan narasumber yang menggunakan intonasi tinggi dalam bahasa daerah saat menyampaikan pengalaman hidup dalam dakwah.

Deskripsi hasil jawaban atau tanggapan mahasiswa FUAD selanjutnya terkait narasumber yang kasar (tutur kata) ketika hendak membagikan pengalaman hidup.

Tabel 4.12 Ketertarikan Responden terkait narasumber yang kasar (tutur kata) ketika hendak membagikan pengalaman hidup.

NO	PERNYATAAN	SATUAN	%
1.	Ya	34	21%
2.	Tidak	126	79%

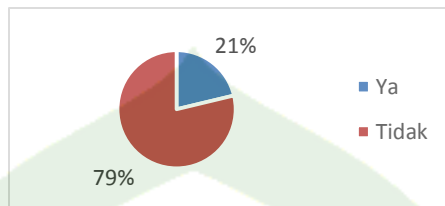
n: 160

Responden: Angket Penelitian

B

Berdasarkan tabel 4.12 dapat dilihat bahwa persepsi mahasiswa FUAD memiliki data 21% dengan satuan (34 orang) mahasiswa memilih sepakat untuk tidak menerapkan sistem siar yang sifatnya berlebihan dalam bertutur kata. Sedangkan yang memilih tidak dalam hal ini 79% dari satuan (126 orang) mahasiswa. Artinya dengan adanya survey data yang valid dengan

kecenderungan serta kesukaan seorang mahasiswa dinilai dan di buktikan oleh hasil penelitian seorang peneliti saat mengumpulkan data terkait persepsi mahasiswa. Dengan grafik sebagai berikut



Gambar 4.9 Diagram Jawaban atau resporn Ketertarikan Responden terkait narasumber yang kasar (tutur kata) ketika hendak membagikan pengalaman hidup.

Deskripsi hasil jawaban atau tanggapan mahasiswa FUAD selanjutnya terkait Ketertarikan responden terkait Mengetahui pentingnya persepsi iMahasiswa iFUAD dengan imetode penyampaian idakwah idi isegmen ikata iustadz. Berikut penjelesannya.

Tabel 4.13 Ketertarikan responden terkait Mengetahui pentingnya persepsi iMahasiswa iFUAD idengan imetode penyampaian idakwah idi segmen ikata iustadz.

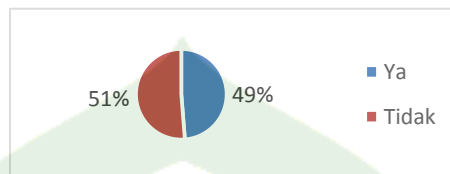
NO	PERNYATAAN	SATUAN	%
1.	Ya	78	49%
2.	Tidak	82	51%

n: 160

Responden: Angket Penelitian

Berdasarkan tabel 4.13 persepsi mahasiswa FUAD terkait data yang telah di kumpulkan ialah (YA) 49% dari satuan (78 orang) mahasiswa yang menyetujui pentingnya persepsi mahasiswa FUAD dengan metode penyampaian dakwah di segmen kata ustadz. sedangkan yang (TIDAK) menyukai ada 51% dari satuan (82 orang) mahasiswa. Oleh karena itu melihat perbandingan ini beda tipis mahasiswa yang menyukai dan tidak menyukai

akan pentingnya persepsi sebagai tolak ukur sebuah ajakan dalam dakwah atas dasar pertimbangan mereka melihat dialektika serta sindiran saat mengemukakan dakwah dapat ditinjau dari segi data khusus FUAD. Adapun grafiknya dapat dilihat dibawah ini



Gambar 4.9 Diagram Jawaban atau respon Ketertarikan responden terkait Mengetahui pentingnya persepsi iMahasiswa iFUAD idengan imetode penyampaian idakwah idi segmen ikata iustadz.

Deskripsi hasil jawaban atau tanggapan mahasiswa FUAD selanjutnya Ketertarikan Responden terkait narasumber yang menyerahkan seluruh privasinya saat menghadiri segmen kata ustadz

Tabel 4.14 Ketertarikan Responden terkait narasumber yang menyerahkan seluruh privasinya saat menghadiri segmen kata ustadz

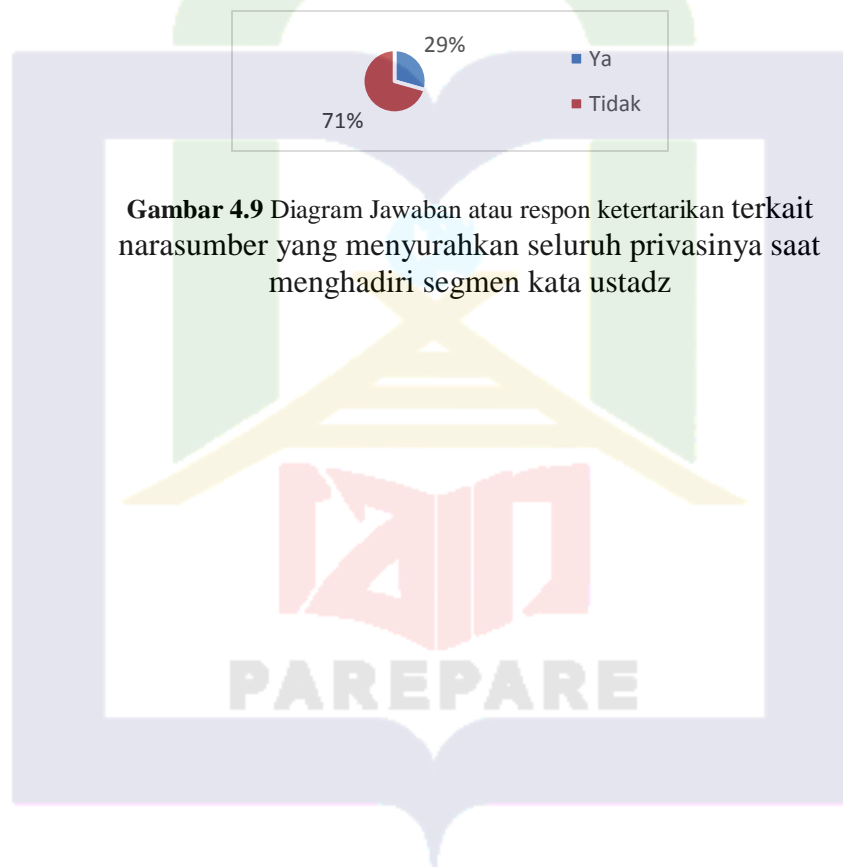
NO	PERNYATAAN	SATUAN	%
1.	Ya	47	29%
2.	Tidak	113	71%

n: 160

Responden: Angket Penelitian

Berdasarkan tabel 4.14 dapat dilihat bahwa persepsi mahasiswa FUAD memiliki data (YA) 29% dari satuan (47 orang) mahasiswa yang menyukai narasumber yang menyerahkan seluruh privasinya saat menghadiri segmen kata ustadz. Sedangkan yang (TIDAK) menyukai 71% dari satuan (133 orang) mahasiswa. Artinya dalam data membuktikan pendapat mahasiswa terkait privasi seorang narasumber sangatlah sensitif saat di siarkan di media *youtube* yang mana sifat independen dan universal. Pada penelitian ini, persepsi memiliki pengaruh yang sangat penting dikarenakan persepsi responden

benar-benar yakin dengan informasi yang disampaikan dan disiarkan di media youtube. Sehingga pendengar, ataupun khalayak dapat tertarik dengan konten dakwah tersebut. Berdasarkan dari hasil pengolahan data statistika, dapat diketahui besaran pengaruh media youtube terhadap khalayak dalam memilih media yang ingin ia gunakan. adapun besaran pengaruh tersebut dibagi menjadi dua bagian, yakni secara simultan dan secara parsial. Adapun grafiknya dapat dilihat dibawah ini.



Gambar 4.9 Diagram Jawaban atau respon ketertarikan terkait narasumber yang menyerahkan seluruh privasinya saat menghadiri segmen kata ustadz

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pemahaman mahasiswa FUAD mengenai isi konten dakwah dilema anak muda saat tak sengaja lihat video tiktok (seksi) yang disampaikan dalam segmen kata ustadz.

Berdasarkan dari hasil pengolahan data statistika, dapat diketahui bagaimana pemahaman mahasiswa FUAD mengenai isi konten dakwah dilema anak muda saat tak sengaja lihat video tiktok (seksi) yang disampaikan dalam segmen kata ustadz, serta bagaimana persepsi Mahasiswa FUAD dengan metode penyampaian dakwah di segmen kata ustadz ditinjau dari persepsi dan penafsiran mahasiswa FUAD.

Pemahaman mahasiswa FUAD terkait pemahaman tiap individu responden terkait konten dakwah kata ustadz di *yaotube* religion. Maksudnya adalah ternyata dengan adanya opsi suatu pertanyaan yang menghasilkan data suatu penelitian terkait tingkat pemahaman mahasiswa terhadap pesan yang disampaikan di konten *youtube* kata ustadz di *youtube* religion mempengaruhi tingkat keterpilihan untuk terus memberikan inovasi baru terhadap pengembangan wilayah intelektual serta spiritual dalam ruang lingkup mahasiswa FUAD institut agama islam negeri kota parepare.

Hal ini dibuktikan dengan 65% dari satuan (104 orang) mahasiswa yang berkenan untuk menuahkan ide baru sesuai adanya perkembangan teknologi dan algoritma media akan terus memberi dampak bagi regenerasi. sedangkan yang tidak menyukai isi konten dilemma anak muda saat tak sengaja lihat video tiktok 35% dengan satuan (56 orang) mahasiswa. Artinya bahwa pemahaman yang mahasiswa FUAD tentang ini yakni berefek tidak

baik atau negatife dan memilih untuk untuk memberikan kontribusi langsung oleh karena itu, mahasiswa FUAD meyakini perkembangan teknologi walaupun beberapa mahasiswa memiliki kecemasan berkelanjutan terhadap arus gempuran teknologi saat ini. khususnya dengan adanya algoritma baru yang memperbudak seorang mahasiswa bahkan sekelompok masyarakat.

2. Bagaimana persepsi Mahasiswa FUAD dengan metode penyampaian dakwah di segmen kata ustadz.

Berdasarkan persentase dari setiap pernyataan yang dilontarkan dalam instrumen penelelitian. Menjelaskan bahwa persepsi seorang mahasiswa/responden terhadap konten dakwah kata ustadz di *youtube* religion one ini. Tidak lepas dari gaya bahasa seorang *public speaker* oleh seorang narasumber yang diperkenankan untuk hadir dan membagikan kisah hidupnya dan memberikan pandangan-pandangan baru terhadap para masyarakat terkait pengalaman pribadi seorang narasumber.

Terkait pengguna *youtube*, besar kemungkinan dengan adanya persepsi seorang mahasiswa khususnya FUAD institut agama islam negeri, memberikan data dan pandangan khusus terhadap konten dakwah tersebut guna untuk memahami dan menjadikan profesi mereka sebagai tujuan untuk memahami tugas dan fungsi terbaik seorang da'i sebagai mana mestinya. oleh karena itu tidak banyak dari da'i yang memahami tanggung jawab terbesar mereka dengan adanya penelitian ini juga membuka cakrawala seorang da'i dalam membrandding diri seorang da'i.

Penelitian ini juga melibatkan mahasiswa tentunya memberikan inofasi dan persepsi serta perspektif mereka terkait paradigm seorang

narasumber, hingga komunitas dakwah dalam melestarikan dakwah lewat situs media *youtube* hingga saat ini.

Gaya bahasa seorang *public speaker* ialah dengan menggunakan kata-kata sindiran. Sindiran merupakan salah satu jenis gaya bahasa yang mana biasanya digunakan oleh sebagian orang dengan maksud mencela, menyindir atau bahkan mengejek dalam konteks secara tidak langsung.⁶² Disamping itu kita ketahui bahwasanya makna sindiran itu terlihat negatif, peneliti menemukan temuan bahwamahasiswa (khalayak) ternyata tidak tertarik dengan konten dak'wah yang menggunakan kata-kata sindiran.

Di jelaskan setiap segmen adanya kata-kata Sindiran yang digunakan narasumber tersebut. Walau demikian nantinya akan membuat mahasiswa (khalayak) merasa bahwa apa yang disampaikan itu ada pada dirinya dan akan merubahnya menjadi lebih baik lagi. Namun peneliti menemukan data dominan tidak menyukai (menyeru) persepsi narasumber yang menggunakan kata-kata sindiran maupun kata-kata kasar.

Persepsi mahasiswa FUAD ini tentu menjadi acuan bagi masyarakat serta khalayak yang ingin melanjutkan kreativitas dakwah melalui media namun demikian dengan adanya inovasi baru dalam melanjutkan sebuah dakwah harapan para mahasiswa ataupun khalayak pastinya tidak memberikan dan mempertontonkan hasil aib privasi seorang narasumber, seperti yang kita ketahui ditinjau dari segi *viewers* akun *youtube* sebagai sarana dakwah secara *alternative* tanpa memiliki batasan dari berbagai khalayak dalam menyiarkan dakwah.

⁶²Siti Nurul Halimah, Hilda Hilaliyah "Gaya Bahasa Sindiran Najwa Shihab Dalam Buku Catatan Najwa", DEIKSIS, Vol.11, No.02, 2019, h. 157-165

Pengaruh perkembangan media terhadap dakwah di era sekarang telah menjadi kebutuhan dalam membangun komunikasi terhadap masyarakat yang kita ketahui bahwasanya media online dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, dan berbagi. Dimasukkannya youtube dalam bidang pendidikan ialah cara yang mudah dalam user-friendly untuk meningkatkan keterampilan kerjasama dan mengintegritaskan teknologi ke dalam kegiatan pengajaran.

Youtube menerapkan layanan file sharing berbasis web, video/audio yang memungkinkan individu. Teknologi pembelajaran ini telah dikenal lama oleh negara-negara besar di dunia. Terutama amerika. Dengan adanya penerapan metode pembelajaran yang sangat praktis dan begitu mudah dipahami.

Adapun indikator bagaimana persepsi mahasiswa terkait konten dakwah kata ustadz di *youtube* religion one. dengan perbandingan 49% : 51% ketertarikan Responden terkait narasumber yang menyampaikan metode dakwah di segmen kata ustadz, dengan perbandingan 82% : 18%. Narasumber yang menggunakan intonasi tinggi dalam bahasa daerah saat menyampaikan pengalaman hidup dalam dakwah dengan perbandingan 71% : 29%.

Narasumber yang kasar (tutur kata) ketika hendak membagikan pengalaman hidup, dengan perbandingan 21% : 79 % narasumber yang menyerahkan seluruh privasinya saat menghindari segmen kata ustadz, dengan perbandingan 29% : 71%. Hal ini menunjukkan bahwa Teori U and G dan S-O-R. Hal ini dengan adanya pesan atau stimulus yang disampaikan melalui media sosial yakni youtube dan dilihat atau disaksikan oleh organism

atau khlayak manusia dan terakhir adanya respon perubahan sikap yang menunjukkan penolakan atau menerima apa yang disampaikan dalam siaran tersebut.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil uji hipotesis penelitian dan pembahasan mengenai persepsi mahasiswa (FUAD) terhadap konten dakwah kata ustadz di *youtube* religion one dapat ditarik kesimpulan yakni:

1. Bagaimana pemahaman mahasiswa FUAD mengenai isi konten dakwah dilema anak muda saat tak sengaja lihat video tiktok (seksi) yang disampaikan dalam segmen kata ustadz. Dibuktikan dengan perhitungan nilai dari akumulatif yang masuk kategori tinggi pada tabel coding sheet tentang pemahaman skor 1.068–1.335. adapun indikator yang mempengaruhinya ialah membuktikan 65% : 35% Bagaimana pemahaman mahasiswa (FUAD) terhadap isi konten dilema anak muda saat tak sengaja lihat video tiktok seksi dakwah kata ustadz di *youtube* religion. Dengan perbandingan 93% : 7% Terkait Penggunaan Media *Youtube*. Dengan perbandingan 58% : 42 % Ketertarikan dengan siaran dakwah dalam media *youtube*. 81% : 19% Terkait konten dakwah kata ustadz yang dibagikan di media *youtube*. 68% : 32% terkait pilihan siaran *youtube* di banding televisi.
2. Seberapa besar ketertarikan responden terkait mengetahui pentingnya persepsi mahasiswa terkait konten dakwah kata ustadz di *youtube* religion one. Diketahui tentang ketertarikan dengan perhitungan nilai akumulatif yang masuk kategori sedang pada tabel coding sheet skor 1.068 - 1.335 Adapun indikator pentingnya persepsi mahasiswa terkait konten dakwah kata ustadz di *youtube* religion one. dengan perbandingan 49% : 51% ketertarikan

Responden terkait narasumber yang menyampaikan metode dakwah di segmen kata ustadz, dengan perbandingan 82% : 18%. Narasumber yang menggunakan intonasi tinggi dalam bahasa daerah saat menyampaikan pengalaman hidup dalam dakwah dengan perbandingan 71% : 29%. Narasumber yang kasar (tutur kata) ketika hendak membagikan pengalaman hidup, dengan perbandingan 21% : 79 % narasumber yang menyerahkan seluruh privasinya saat menghindari segmen kata ustadz, dengan perbandingan 29% : 71%.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa Di Kota Parepare

Berdasarkan hasil survei mengenai perilaku mahasiswa dalam memilih konten dakwah ditinjau dari semangat inovasi baru dalam mengasah khasanah keislaman khususnya di wilayah spiritual di Kota Parepare, maka diharapkan kepada para Mahasiswa agar kiranya lebih memperhatikan indikator-indikator yang telah dijelaskan sebelumnya.

2. Bagi Pengguna *youtube* Kota Parepare

Berdasarkan hasil survei mengenai pengguna *youtube* dalam memilih penceramah ditinjau dari persepsi mahasiswa di Kota Parepare, maka di harapkan kepada komunitas dakwah dan paran konten creator wilayah dakwah agar kiranya memberikan inovasi serta inovatif baru mengenai kreativitas dalam branding channel yang ingin di kembangkan di situs media youtube sebagaimana yang telah peneliti dapatkan terkait revolusi refleksi media 4.0

agar para khalayak menerima dengan baik karya melalui visual yang meliputi khasana keilmuan dalam rana spiritual masyarakat. Dimana yang kita ketahui media youtube sebagai wadah tanpa batas terkait populasi massa yang terupgrade begitu cepat. Pemuda yang terus melibatkan teknologi dalam menyiarkan dakwah patutnya penulis apresiasi, karenanyalah membuat para masyarakat terus ingin tahu hal baru tanpa harus menggiring hal yang negative dalam rana agama wilayah civitas akademika khususnya mahasiswa (FUAD) Kota Parepare. Agar sekiranya kedepannya dapat memberikan pembelajaran yang ada dikota parepare terkait bagaimana persepsi mahasiswa bahkan masyarakat setempat di Kota Parepare terutama dalam hal memilih siaran dakwah yang menjadi ladang rana keilmuan bahkan mampu untuk menyampaikan sebuah dakwah dibarengi dengan teknik yang penuh dengan kreatifitas tanpa membuat pengguna merasa jenuh akan pengetahuan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan agar dapat lebih mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan faktor lain yang dapat lebih mempengaruhi semangat mahasiswa dalam memilih konten dakwah di media *youtube*. Melihat perkembangan media saat ini memberikan edukasi positif dalam membagikan konten, dengan cara yang penuh inovasi dan inovatif. Selain itu diharapkan agar peneliti selanjutnya menggunakan metode lain dalam meneliti seperti metode kualitatif misalnya dengan melakukan teknik pengumpulan data secara wawancara agar informasi yang di dapatkan lebih bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia, cetakan ke-4 (Jakarta: Balai Pustaka, 2007)
- Effendi, *Kepemimpinan dan Komunikasi*, (Yogyakarta: Al-Amin Press, 1996)
- Wulandari.Siti Dewi, *Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam*, (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018)
- Effendi, *Kepemimpinan dan Komunikasi*, (Yogyakarta: Al-Amin Press, 1996)
- Sailan, Bin Adib Muhammad, 2017. *Fakultas dakwah dan komunikasi*, Universitas islam negeri (UIN) Raden fatah, Palembang.
- Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss, *Theories of Human Communication, Eighth Edition*, (Thomson Wad-sworth, 2005)
- Humaizi, *Uses and Gratifications Theory*, (Medan: USU Press, 2018)
- Morissan, *Teori Komunikasi Massa*, (Penerbit Ghalia Indonesia, 2013)
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada)
- Stanley J. Baran and Dennis K. Davis, *Teori Komunikasi Massa Edisi 5*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2018)
- Morissan, m.A, et al, *teori komunikasi massa*, (p.t. ghalia Indonesia, 2010)
- Kadarina wastuti”Respon msyarakat badegan tahap siaran Dakwah K.H. Mabarun si radio persatuan Bantul”(Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaya, Yogyakarta, 2010)
- Ivony, *Teori S-O-R (Teori Stimulus Organism Respons)*, <https://pakarkomunikasi.com/teori-sor> ,diakses pada tanggal 6 Januari 2023
- Kadarina wastuti”Respon msyarakat badegan tahap siaran Dakwah K.H. Mabarun si radio persatuan Bantul”(Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaya, Yogyakarta, 2010)
- Andi Rahmat Abidin and Mustika Abidin, ‘*URGENSI KOMUNIKASI MODEL STIMULUS ORGANISM RESPONSE (S-O-R) DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PEMBELAJARAN*’, 6.2 (2021), 74–90.

McQuail, (2010:464)

Kadarina wastuti”Respon msyarakat badegan tahap siaran Dakwah K.H. Mabarun si radio persatuan Bantul”(Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaya, Yogyakarta, 2010)

Effendi, Kepemimpinan dan Komunikasi, (Yogyakarta: Al-Amin Press, 2003)

Wikipedia, Youtube. <https://id.wikipedia.org> . Diakses pada tanggal 06 Januari 2023

Budiargo, Pengaruh Tayangan Media Sosial Youtube Terhadap Perkembangan Perilaku Menyimpang Siswa Di SMA Bandung. (Bandung : FKIP UNPAS, 2015)

Sitti Utami Rezkiawaty Kamil dan Muthia Putri Aprina, Prosiding Komunikasi, Pembangunan, dan Media, (Kendari:KOMUNIKA, 2020)

Usman Hamid, Dynamo : Digital Nation Movement. (Yogyakarta : Bentang Pustaka)

Siti Aisyah, “Video Blog Sebagai Media Representasi Diri Vlogger di Kota Makassar”. LTA S-I Kearsipan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Hassanudin.2017

Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Balai Pustaka, Jakarta, 2001

Bimo Walgito, Pengantar Psikologi Umum, Yogyakarta: Andi Ofset, 2004

Sugihartono, dkk. Psikologi Pendidikan, Yogyakarta : UNY Press. 2007

Jalaluddin Rahmat, Psikologi Komunikasi, Bandung, Remaja Rosdakarya, 2004

Nugroho J Setiadi, Prilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian, Pemasaran, (Jakarta : Prenada Media Group. 2013).

Sarlito Wirawan Sarwono, Pengantar Umum Psikologi, Jakarta, Bulan Bintang, 2000

Miftah Thoha. Kepemimpinan dan Manajemen , Devisi Buku Perguruan Tinggi. PT. Grafindo Persada, Kakarta. 2010. Hlm 141-142

Carole Wade dan Carol Tavis. Psikologi, alih bahasa Widyasinta Jakarta: Erlangga. 2007. Hlm. 193

Elisa Ariyanti, tesis, “ pengembangan pemanfaatan polder kota lama semarang sebagai ruang public yang rekreatif berdasarkan persepsi masyarakat dan

- pemerintah, Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas diponogoro, 2005
- Jalaluddin Rahmat, Psikologi Komunikasi, Bandung, Remaja Rosdakarya, 2004,
- Bimo Walgito, Pengantar Psikologi Umum, Yogyakarta: Andi Ofset, 2004, 54
- Irwanto, Psikologi Umum, (Buku PANDUAN mahasiswa), (Jakarta : PT. Prehallindo, 2002),
- Siti DewiWulandari.,Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam,Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2018.
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Surabaya: Sukses Publishing, 2012),
- Effendi, Kepemimpinan dan Komunikasi, (Yogyakarta: Al-Amin Press, 2003)
- Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah. (Jakarta: Pranadamedia Group, 2004)
- Muriah, Siti. Metodologi Dakwah Kontenporer. Yogyakarta: Mitra Pustaka. 2000.
- Arifin, M. Psikologi Dakwah suatu Pengantar. Jakarta. Bumi aksara. 1997.
- Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah. (Jakarta: Pranadamedia Group, 2004)
- Asmuni Syukir. Dasar-dasar Strategi Dakwah. Surabaya. Al-ikhlas. 1983.
- Tata Sukayat, Quantum Dakwah, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 1.
- Amrullah Ahmad. Dakwah Islam dan Perubahan Sosial, Yogyakarta. Prima Duta. 1983.
- Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah. (Jakarta: Pranadamedia Group, 2004)
- HR. Muslim: Kitabul Imarah No. 3550
- Moh. Ali Aziz, Ilmu Dakwah. (Jakarta. Pranadamedia Group, 2004)
- Wahyu Ilaihi, Komunikasi Dakwah, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010)
- Departemen Agama RI Al Qur'an dan Terjemah, (Jakarta: Jabal, 2010)
- M. Munir, Metode Dakwah, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2003)

- M. Bahri Ghazali, *Da'wah Komunikatif: Membangun Kerangka Dasar Ilmu komunikasi Da'wah*, (Jakarta: Pedoman Ilmu jaya, 1997)
- Finy F. Basarah dan Gustina, "Perancangan Konten Edukatif Di Media Sosial," *Jurnal Abdi Masyarakat* 5, no. 2 (2020)
- Azuna Vion Harnadi, "Analisis Konten Serial Fil Animasi Upin dan Ipin Musim 8 Ditinjau Dari Prinsip Desain Pesan Pembelajaran," *Jurnal Prodi Tekonologi Pendidikan* 6, no. 4 (2017)
- Moh. Kasiram, *Metodde Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. (Cet. II; Malang: UIN-Maliki Press.2010)
- Sugiyono, *metode penelitian pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*, (Bandung: alfabeta, 2014)
- Djarwanto (1994)
- Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*,
- Rostina sundayana, *statistika penelitian pendidikan, (bandung: alfabeta, 2016)*
- Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif, Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan SPSS* (Kencana: Prenadamedia Group, 2013)
- Latifah Uswatun Khasanah, *Teknik analisis data, Vol.01 Series 2022*
- Rostina sundayana, *statistika penelitian pendidikan, (bandung: alfabeta, 2016)*
- Sugiyono, *metode penelitian pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*, (Bandung: alfabeta, 2014)
- Siti Nurul Halimah, Hilda Hilaliyah "Gaya Bahasa Sindiran Najwa Shihab Dalam Buku Catatan Najwa", *DEIKSIS, Vol.11, No.02, 2019*



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari IAIN Parepare

 **KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Jalan Amal Bakti No. 8 Sorwang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100 website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B- 1334 /In.39.7/PP.00.9/07/2022 Parepare, ☺ Juli 2022
Lamp : -
Hal : Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth.
Walikota Parepare
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Parepare
Di-
Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Yang bertandatangan dibawah ini Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) parepare menerangkan bahwa:

Nama	: MARWAH ASPA. B
Tempat/Tgl. Lahir	: Compong, 12 April 2000
NIM	: 18.3100.013
Semester	: VIII
Alamat	: Sidrap

Adalah mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) parepare bermaksud akan mengadakan penelitian di Daerah Kota Parepare dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

PERSEPSI MAHASISWA FUAD TERHADAP KONTEN DAKWAH KATA USTADZ DI YOUTUBE RELIGION ONE (STUDI DESKRIPTIF KUANTITATIF)

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Juli 2022 S/d Agustus 2022.

Sehubungan dengan hal tersebut dimohon kerjasamanya agar kiranya yang bersangkutan dapat diberi izin sekaligus dukungan dalam memperlancar penelitiannya.


Demikian, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb



Lampiran 2 Surat Izin Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu satu pintu.

SRN IP0000525


PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jalan Veteran Nomor 28 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmpstp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN
Nomor : 526/IP/DPM-PTSP/7/2022

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
3. Peraturan Walikota Parepare No. 45 Tahun 2020 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

MENGIZINKAN

KEPADA
NAMA : **MARWAH ASPA. B**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**
Jurusan : **PENDIDIKAN AGAMA ISLAM**
ALAMAT : **DUSUN COMPONG, KECAMATAN PITU RIASE, KABUPATEN SIDENRENG**
UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **PERSEPSI MAHASISWA FUAD TERHADAP KONTEN DAKWAH KATA USTADZ DI YOUTUBE RELIGION ONE (STUDI DESKRIPTIF KUANTITATIF)**


LOKASI PENELITIAN : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **15 Juli 2022 s.d 14 Agustus 2022**

a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan



Dikeluarkan di: **Parepare**
Pada Tanggal : **18 Juli 2022**

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KOTA PAREPARE



Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM
Pangkat : **Pembina (IV/a)**
NIP : **19741013 200604 2 019**

Biaya : Rp. 0.00

• UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
• Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan Sertifikat Elektronik yang diterbitkan BSI
• Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPSTP Kota Parepare (scan QRCode)

 Balai Sertifikasi Elektronik 

Lampiran 3 Surat Keterangan Telah Meneliti.

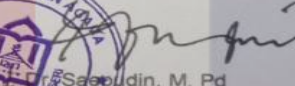
**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id


SURAT KETERANGAN
Nomor : B-40 /In.39/PP.00.9/10/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini, Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare menerangkan sesungguhnya bahwa :




Nama : MARWAH ASPA. B
Nim : 18.3100.013
Fakultas/ Prodi : Ushuluddin, Adab dan Dakwah/KPI
Alamat : Dusun Compong, Kec. Pitu Riase, Kab. Sidrap

Yang bersangkutan telah melakukan penelitian di IAIN Parepare dengan Judul Skripsi :
"PERSEPSI MAHASISWA FUAD TERHADAP KONTEN DAKWAH KATA USTADZ DI YOUTUBE RELIGION ONE (STUDI DESKRITIF KUANTITATIF)"
Mulai Tanggal 15 Juli s.d. 14 Agustus 2022
Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, November 2022
A.n.Rektor
Wakil Rektor Bidang APK,

Saepudin, M. Pd
NIP. 197212161999031001


PAREPARE

• UJ ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
• Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan BSSrE
• Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPPTSP Kota Parepare (scan QRCode)

Lampiran 4 Angket Penelitian.**INSTRUMEN PENELITIAN (ANGKET) PERSEPSI MAHASISWA (FUAD)
TERHADAP KONTEN DAKWAH KATA USTADZ DI YOUTUBE RELIGION
ONE****Instrumen Penelitian**

Nama :

Nim :

Program Studi :

Petunjuk Pengisian :

Instrumen penelitian ini ditujukan kepada mahasiswa komunikasi penyiaran Islam dan mahasiswa Tadris Ilmu Pengetahuan Alam, IAIN Parepare yang memiliki kecemasan komunikasi dalam program studi yang sama.

Istilah setiap pernyataan dengan memilih salah satu dari kode jawaban yang tersedia dengan memberikan tanda ceklis (u) pada kolom YA, TIDAK.

YA : Memiliki Nilai (2)

TIDAK : Memiliki Nilai (1)

Tabel 1.4 Variabel Gaya Dakwah Dalam Media Youtube

NO	Pernyataan	Pilihan Jawaban	
		YA	TIDAK
1.	Apakah kamu menggunakan youtube	2	1
2.	Anda menyukai siaran dakwah dalam media youtube?	2	1
3.	Anda menyukai konten dakwah kata ustadz yang di bagikan di media youtube?	2	1
4.	Anda lebih menyukai dakwah yang di siarkan di youtube di banding televisi?	2	1
5.	Anda memahami konten dakwah yang menggunakan kreativitas di era revolusi refleksi 4.0	2	1

Tabel 1.5 Variabel Gaya Komunikasi Narasumber

NO	Pernyataan	Pilihan Jawaban	
		YA	TIDAK
1.	Apakah anda tertarik dengan narasumber yang menyampaikan metode dakwah di segmen kata ustadz?	2	1
2.	Anda tertarik dengan narasumber yang menggunakan intonasi tinggi dalam bahasa daerah saat menyampaikan pengalaman hidup dalam dakwah?	2	1
3.	Anda menyukai narasumber yang kasar ketika menyiarkan kisahnya dalam dakwah?	2	1
4.	Anda menyukai narasumber yang menggunakan kata-kata sindiran saat menyiarkan pengalaman hidup?	2	1
5.	Bagaimana pemahaman mahasiswa (FUAD) terhadap isi konten dilemma anak muda saat tak sengaja lihat video tiktok seksi di youtube religion one	2	1

Tabel

NO.	Pernyataan	Kode	Nilai
1.	Apakah kamu menggunakan youtube	Ya Tidak	2 1
2.	Anda menyukai siaran dakwah dalam media youtube?	Ya Tidak	2 1
3.	Anda menyukai konten dakwah kata ustadz yang di bagikan di media youtube?	Ya Tidak	2 1
4.	Anda lebih menyukai dakwah yang di siarkan di youtube di banding televisi?	Ya Tidak	2 1
5.	Anda memahami konten dakwah yang menggunakan kreativitas di era revolusi refleksi 4.0	Ya Tidak	2 1
6.	Apakah anda tertarik dengan narasumber yang menyampaikan metode dakwah di segmen kata ustadz?	Ya Tidak	2 1
7.	Anda tertarik dengan narasumber yang menggunakan intonasi tinggi dalam bahasa daerah saat menyampaikan pengalaman hidup dalam dakwah?	Ya Tidak	2 1
8.	Anda menyukai narasumber yang kasar Ketika menyiarkan kisahnya dalam dakwah?	Ya Tidak	2 1

9.	Mengetahui pentingnya persepsi iMahasiswa iFUAD idengan imetode penyampaian idakwah idi segmen ikata iustadz.	Ya Tidak	2 1
10.	Ketertarikan Responden terkait narasumber yang menyerahkan seluruh privasinya saat menghadiri segmen kata ustadz	Ya Tidak	2 1



Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Angket Penelitian

Uji Validitas instrument penelitian

ITEM	r Hitung	r Tabel	Keterangan
ITEM1	,251	0,155	Valid
ITEM2	,277	0,155	Valid
ITEM3	,321	0,155	Valid
ITEM4	,335	0,183	Valid
ITEM5	,330	0,183	Valid
ITEM6	,352	0,183	Valid
ITEM7	,470	0,183	Valid
ITEM8	,340	0,183	Valid
ITEM9	,451	0,183	Valid
ITEM10	,195	0,183	Valid

Lampiran 7 Coding Sheet Penelitian

CODING SHEET

Data Penelitian Kondisi Persepsi Mahasiswa (FUAD) Terhadap Konten Dakwah

No	PERTANYAAN	PEMAHAMAN					KETERTARIKAN					JUMLAH	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
		1	2	3	4	5		6	7	8	9	10	
1	KPI	2	1	2	2	2	9	1	2	2	1	2	8
2		2	1	2	2	2	9	2	1	2	2	2	9
3		2	1	2	2	2	9	2	1	2	1	2	8
4		2	1	2	2	2	9	2	2	1	2	1	8
5		2	1	2	1	2	8	2	1	2	2	1	8
6		2	1	2	2	2	9	1	2	1	2	1	7
7		2	1	2	1	1	7	2	1	1	2	1	7
8		2	1	1	2	2	8	1	2	2	2	1	8
9		2	1	1	2	2	8	2	2	2	2	1	9
10		2	1	2	2	2	9	2	2	1	2	1	8
11		2	2	1	2	1	8	2	1	2	2	1	8
12		2	1	2	2	2	9	1	2	2	1	2	8
13		2	2	1	1	2	8	2	1	2	2	2	9
14		2	1	1	2	1	7	1	1	1	1	2	6
15		2	2	2	1	1	8	1	1	1	1	2	6
16		2	1	2	2	1	8	2	2	1	2	2	9
17		2	2	1	1	2	8	2	1	2	1	2	8
18		2	1	2	1	1	7	2	1	2	2	2	9
19		2	1	2	2	2	9	2	2	2	1	2	9
20		2	1	2	1	2	8	2	1	2	1	2	8
21		2	1	1	2	2	8	1	2	2	1	2	8
22		2	2	2	1	2	9	1	1	2	2	2	8
23		2	1	2	1	2	8	1	1	2	1	2	7
24		2	2	1	2	2	9	1	2	2	1	2	8
25		2	2	2	2	1	9	2	1	2	2	2	9
26		2	2	1	2	1	8	2	2	1	1	2	8
27		2	2	1	2	2	9	1	2	1	2	2	8
28		2	2	1	2	1	8	1	2	2	1	2	8
29		2	2	1	1	2	8	1	2	1	2	2	8
30		2	1	2	2	1	8	2	2	1	2	1	8
31	JI	2	1	2	2	1	8	1	2	2	1	2	8

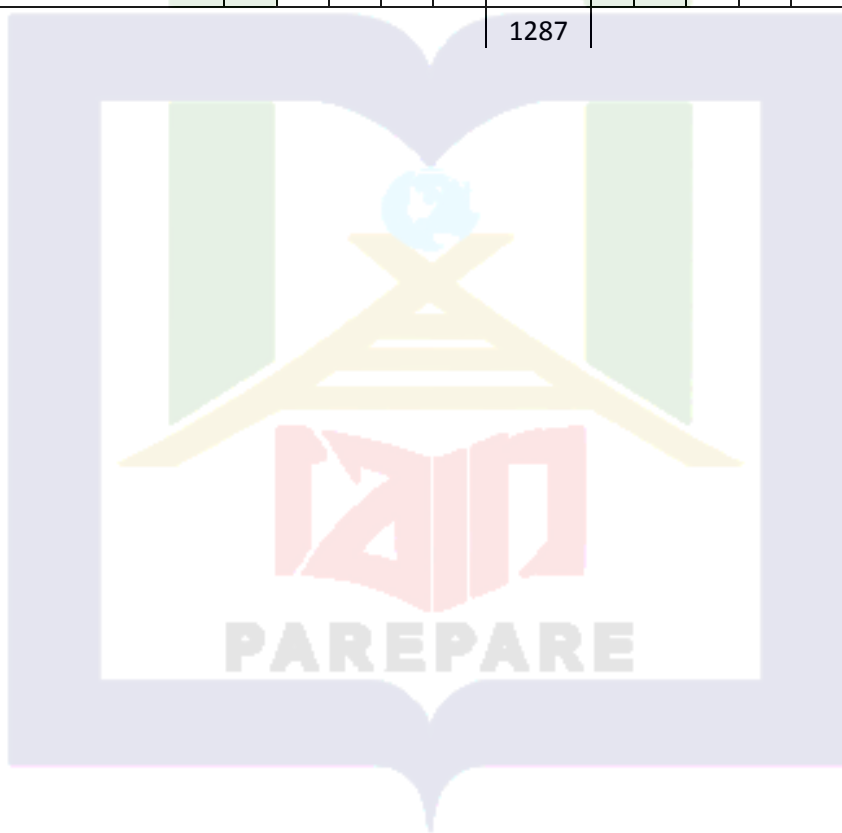
32		2	1	1	1	1	6		2	2	2	1	2	9
33		2	1	2	1	1	7		1	2	2	2	2	9
34		2	2	2	1	1	8		2	2	2	2	2	10
35		2	1	2	1	1	7		1	2	2	2	2	9
36		2	2	2	1	2	9		2	2	2	1	1	8
37		2	1	2	2	1	8		2	2	2	1	2	9
38		2	1	1	2	2	8		1	1	2	1	2	7
39		2	1	2	2	2	9		2	2	1	1	1	7
40		2	1	2	2	1	8		2	1	2	2	2	9
41	PMI	1	1	2	2	2	8		2	2	1	1	1	7
42		2	1	2	2	1	8		2	1	2	1	1	7
43		2	1	2	1	2	8		1	2	2	1	2	8
44		1	1	2	2	2	8		1	2	2	2	1	8
45		2	1	2	2	2	9		2	2	2	1	1	8
46		2	2	2	1	2	9		2	2	2	1	1	8
47		2	1	2	2	2	9		2	1	2	1	2	8
48		2	1	2	1	1	7		2	2	2	1	1	8
49		2	1	1	2	1	7		2	2	2	1	2	9
50		2	1	2	1	1	7		2	2	2	1	2	9
51		2	1	2	1	1	7		2	2	2	1	1	8
52		2	1	2	1	1	7		2	2	2	1	2	9
53		2	1	2	2	1	8		1	1	2	1	2	7
54		2	1	2	1	1	7		2	1	2	1	2	8
55		2	1	1	1	1	6		2	2	1	2	2	9
56		2	1	2	2	1	8		2	2	1	1	2	8
57	BSA	2	1	2	2	1	8		2	2	2	1	2	9
58		2	1	2	2	1	8		2	2	1	2	2	9
59		2	1	2	2	1	8		2	2	2	1	1	8
60		2	1	2	2	2	9		2	1	2	1	1	7
61		2	1	1	2	2	8		2	2	2	2	2	10
62		2	1	2	2	2	9		2	2	2	2	1	9
63		2	1	2	1	1	7		2	2	2	2	1	9
64		2	2	2	2	2	10		2	2	2	2	1	9
65		2	2	1	1	2	8		2	2	2	1	2	9
66		2	1	2	2	1	8		2	2	2	2	2	10
67		2	1	2	2	2	9		2	2	2	1	2	9
68		2	1	2	1	1	7		2	1	2	1	2	8
69		2	1	2	2	1	8		2	1	2	2	2	9

70	2	1	1	1	1	6		2	1	2	1	2	8
71	2	1	2	2	1	8		2	1	2	1	2	8
72	2	1	2	1	1	7		2	2	2	1	1	8
73	2	1	2	2	1	8		2	1	2	1	1	7
74	2	1	2	2	1	8		2	2	2	1	2	9
75	2	1	2	2	2	9		2	2	2	2	2	10
76	2	1	2	2	2	9		2	2	2	1	1	8
77	2	2	2	1	2	9		2	2	2	2	2	10
80	2	1	2	1	2	8		2	2	2	2	2	10
81	2	1	2	2	1	8		2	2	2	2	2	10
82	2	1	2	1	1	7		2	2	2	2	2	10
83	2	1	2	2	1	8		2	2	2	2	2	10
84	2	2	2	2	2	10		2	2	2	2	2	10
85	2	2	2	2	2	10		2	2	2	2	2	10
86	2	2	2	1	2	9		2	2	2	2	2	10
87	2	2	2	2	1	9		2	2	2	2	1	9
88	2	1	2	2	2	9		2	2	2	1	1	8
89	2	1	2	2	1	8		2	2	2	2	2	10
90	2	1	2	1	2	8		2	2	2	2	2	10
91	2	1	2	2	2	9		2	2	2	2	1	9
92	2	1	2	2	1	8		2	1	2	2	1	8
93	2	2	2	2	2	10		2	2	2	2	2	10
94	2	1	2	2	1	8		2	1	2	2	1	8
95	2	1	2	2	2	9		2	2	2	2	2	10
96	2	1	2	2	1	8		2	2	2	2	2	10
97	2	2	1	1	2	8		2	2	2	2	1	9
98	2	2	2	2	2	10		2	1	2	2	1	8
99	2	1	2	1	1	7		2	2	2	1	2	9
100	2	1	2	1	2	8		2	2	2	1	2	9
101	2	1	2	2	1	8		2	2	2	2	2	10
102	2	1	2	1	1	7		2	2	2	2	2	10
103	2	1	2	1	1	7		2	2	2	2	2	10
104	2	1	2	2	1	8		2	2	2	1	2	9
105	2	2	2	2	2	10		2	2	2	2	2	10
106	2	2	2	2	2	10		2	2	2	2	2	10
107	2	1	2	1	1	7		2		2	2	2	8
108	1	2	2	2	1	8		1	1	2	2	2	8
109	2	1	2	1	2	8		2	1	1	1	1	6

MD

110		1	2	2	1	2	8		1	1	2	1	2	7
111		2	2	1	2	2	9		2	1	1	1	2	7
112		1	1	1	1	1	5		2	1	2	1	2	8
113		2	1	1	1	2	7		1	1	2	1	1	6
114		2	1	2	1	1	7		2	2	2	1	1	8
115		2	1	2	1	2	8		1	1	1	1	2	6
116		1	2	1	2	1	7		2	1	1	2	2	8
117		2	1	1	1	2	7		2	1	1	1	2	7
118		1	2	2	1	2	8		2	2	2	1	1	8
119		2	1	2	2	2	9		2	1	1	2	1	7
120		1	2	2	2	1	8		1	2	1	1	2	7
121		2	2	1	2	1	8		1	1	1	1	2	6
122		2	2	2	2	2	10		1	2	1	2	2	8
123		1	2	2	2	1	8		2	1	1	1	2	7
124		2	1	2	2	2	9		2	1	2	1	1	7
125		2	1	2	1	2	8		1	1	1	1	1	5
126		1	1	2	2	2	8		2	2	2	2	1	9
127		2	2	2	1	2	9		2	2	2	1	1	8
128		2	1	2	2	2	9		1	2	1	2	1	7
129		1	2	2	2	1	8		1	2	1	2	2	8
130		2	2	2	1	2	9		1	2	2	1	2	8
131		1	1	1	2	1	6		2	2	2	2	1	9
132		2	2	2	2	1	9		1	2	1	2	2	8
134		2	2	1	1	2	8		2	1	2	1	2	8
135		2	1	1	1	2	7		2	2	1	2	2	9
136		1	1	2	1	2	7		2	2	2	1	1	8
137		2	2	2	2	2	10		2	2	2	2	2	10
138		2	1	2	1	2	8		2	1	2	2	2	9
139		2	1	2	1	1	7		2	2	2	2	2	10
140		2	1	2	1	1	7		2	2	2	2	2	10
141		2	2	2	2	1	9		2	2	2	1	2	9
142		2	2	2	1	2	9		2	1	1	2	1	7
143		2	2	2	1	2	9		2	1	2	2	1	8
144		2	1	2	2	1	8		2	2	1	2	2	9
145		2	1	1	1	2	7		2	2	2	2	2	10
146	SA	2	2	2	2	2	10		2	2	2	1	1	8
147		2	1	2	2	2	9		2	2	2	2	2	10
148		2	2	2	1	2	9		2	1	2	1	2	8

149	2	1	2	1	1	7		2	2	2	1	2	9
150	2	1	1	2	1	7		2	2	2	1	2	9
151	2	2	2	2	2	10		2	2	2	1	2	9
152	2	1	2	1	2	8		2	2	2	2	2	10
153	2	2	2	2	2	10		2	2	2	2	2	10
154	2	1	2	2	2	9		2	2	2	1	1	8
155	2	2	2	2	2	10		2	1	2	1	2	8
156	2	1	2	2	2	9		2	2	2	2	2	10
157	2	1	2	2	2	9		2	2	2	1	1	8
158	2	1	2	2	1	8		2	2	1	2	2	9
159	2	2	2	2	2	10		2	2	2	1	1	8
160	2	2	1	2	2	9		2	2	1	2	2	9
						1287							1324



DOKUMENTASI





BIOGRAFI PENULIS



Marwah Aspa.B adalah nama penulis skripsi ini, penulis lahir dari pasangan bapak Aspa Basir dan ibu Mariana yang merupakan anak kedua dari 4 bersaudara. Penulis dilahirkan di sidrap pada tanggal 12 April 2000 penulis beralamat di desa compong kec.pitu riase kab.sidenreng rappang. Pendidikan yang ditempuh oleh penulis yaitu SD negeri 3 batu kec.pitu riase dan lulus pada tahun 2012, MTS DDI lil-banat kota parepare dan lulus pada tahun 2015, dan MA DDI Lil-banat kota parepare dan lulus pada tahun 2018, hingga kemudian melanjutkan pendidikan tingkat Strata 1 (S1) di perguruan tinggi institut agama islam negeri (IAIN) kota parepare dan memilih program studi komunikasi dan penyiaran islam dan menyelesaikan tugas akhirnya yang berjudul “Persepsi mahasiswa (FUAD) terhadap konten dakwah kata ustadz di youtube religion” dengan ketekunan, motivasi yang tinggi serta usaha dan doa penulis berhasil menyelesaikann pendidikan strata 1 (S1) terima kasih selalu terpatri dalam hati atas bimbingan para dosen serta civitas akademika kampus tercinta institute afgama islam negeri (IAIN) kota parepare.