

**PERSEPSI SANTRI PONDOK PESANTREN KOTAGEDE HIDAYATUL
MUBTADI-IEN TERHADAP DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD DI
MEDIA *YOUTUBE***



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

Oleh:

Muchammad Asadul Amin

NIM: 11210147

Pembimbing:

Drs. Mokh. Sahlan, M.Si.

NIP 19680501 199303 1 006

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2018



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856, Yogyakarta 55281, E-mail: fd@uin-suka.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR
Nomor : B- 1601/Un.02/DD/PP.05.3/08/2018

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul:

**PERSEPSI SANTRI PONDOK PESANTREN KOTAGEDE HIDYATUL MUBTADI-
IEN TERHADAP DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD DI MEDIA YOUTUBE**

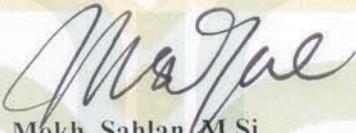
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Muchammad Asadul Amin
NIM/Jurusan : 11210147/KPI
Telah dimunaqasyahkan pada : Rabu, 28 Agustus 2018
Nilai Munaqasyah : 75 / B

dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang/Penguji I.


Drs. Mokh. Sahlan, M.Si.
NIP 19680501 199303 1 006

Penguji II.


Khadiq, S.Ag., M.Hum.
NIP 19700125 199903 1 001

Penguji III.


Drs. Abdul Rozak, M.Pd.
NIP 19671006 199403 1 003



Yogyakarta, 28 Agustus 2018
Dekan.


Nurjannah, M.Si.
19600310 198703 2 001

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan
Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Muchammad Asadul Amin

NIM : 11210147

Judul Skripsi : PERSEPSI SANTRI PONDOK PESANTREN KOTAGEDE
HIDAYATUL MUBTADI-IEN TERHADAP DAKWAH
USTADZ ABDUL SOMAD DI MEDIA *YOUTUBE*

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang Komunikasi Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

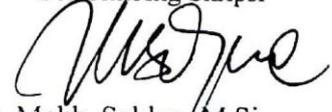
Yogyakarta, 16 Agustus 2018

Ketua Program Studi KPI



Drs. Abdul Rozak, M.Pd.
NIP. 19671006 199403 1 002

Pembimbing Skripsi



Drs. Mokh. Sahlan, M.Si.
NIP. 19680501 199303 1 006

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muchammad Asadul Amin

NIM : 11210147

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi yang berjudul: “Persepsi Santri Pondok Pesantren Kotagede Hidayatul Mubtadi-Ien Terhadap Dakwah Ustadz Abdul Somad Di Media *Youtube*” adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penulis tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penyusun.

Yogyakarta, 16 Agustus 2018

Yang menyatakan



Muchammad Asadul Amin
NIM: 11210147

HALAMAN PERSEMBAHAN

- Puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun karya ini.
- Teruntuk yang tercinta kedua orang tuaku ayahanda H.M. Syaifuddin dan ibunda Hj. Miftachur Rahmatulaili, yang telah memberikan segala dukungan moral maupun materil, serta do'a yang tiada henti untuk segala kebaikan saya.
- Untuk semua saudara saya (Mas Lukman, Mas Aan , Mbak Dianah dan Adek Maghfur dan Adek Fitroh) yang senantiasa memberikan dukungan, semangat, senyum dan do'a untuk keberhasilan ini, cinta kalian memberikan semangat yang menggebu dan dukungan yang terbaik, terimakasih sayangku untuk kalian.
- Bapak dan Ibu dosen pembimbing, penguji dan pengajar kami hormati dan taati, selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan saya, memberikan bimbingan dan pelajaran yang tiada ternilai harganya. Terimakasih banyak Bapak dan Ibu dosen, jasa kalian akan selalu terpatri di hati.
- Tersayang dan kurindukan adinda Susanti S.Pdi yang sebentar lagi menerima gelar magisternya, selalu memberikan dukungan tanpa lelah setiap hari mengingatkan dan menasihati.
- Sahabat-sahabat seangkatan dan seperjuangan, Moh. Hudi, Gus Burhanudin, dan seluruh anggota HIMAM DIY yang tak bisa saya sebut satu persatu.
- Sobat *Bolo Sruput* Taufik, Kukuh, Bedil dan sobat lainnya.
- Teman-teman tercinta salam hangat untuk kalian Naila Sukriya, Lulus Novita, Rini, Ade, Atik, Muttaqin, Lilik, A'yun dan seluruh temen KPI angkatan 2011, Gelegar '11, Sahabat Gelegar dan *crew* Joglo Kopi yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Tanpa semangat, dukungan dan bantuan kalian semua tak akan mungkin aku sampai disini, terimakasih untuk kenangan manis yang telah mengukir selama ini, sekali lagi terima kasih.

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ

Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain

وَالِى رَبِّكَ فَارْغَبْ

Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap

(Q.S. Al Insyirah: 6-8)

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rizki, rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai kewajiban yang harus dipenuhi dalam memperoleh gelar Sarjana dari Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (S.Sos) Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya.

Skripsi yang berjudul “Persepsi Santri Pondok Pesantren Kotagede Hidayatul Mubtadi-Ien Terhadap Dakwah Ustadz Abdul Somad Di Media *Youtube*” semoga menjadi bukti atas kerja keras dan sumbangan penulis bagi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta khususnya bagi Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberi kelancaran bagi tersusunya skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas segala nikmat, Sehat, Iman, Islam serta segala karunia-Nya.
2. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Prof. Drs. K.H. Yudian Wahyudi, Ph.D.
3. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Dr. Nurjannah, M. Si.
4. Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, Drs. Abdul Rozak, M.Pd.
5. Drs. Mokh. Sahlan, M.Si. selaku pembimbing skripsi yang dengan sabar membimbing dan memberi arahan dalam penyusunan karya ini.
6. Dr. Khadiq, S.Ag. M.Hum selaku pengganti Dosen Penasehat Akademik yang telah mendukung dan selalu menasihati selama masa studi.

7. Prof. Dr. H. Faisal Ismail, M.A selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah membantu dan memberikan arahan selama masa studi.
8. Seluruh Dosen dan Staf Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Semoga ilmu dan keikhlasan yang telah diberikan menjadi amal yang tidak putus pahalanya.
9. Orang tua tercinta ayahanda H.M. Saifuddin dan ibunda Hj. Miftachur Rahmatulaili yang tiada henti memberikan do'a demi segala kebaikan dan kesuksesan selama studi.
10. Seluruh teman tercinta dan terkasih, Lulus, Naila, Ade, Atik, Rini, A'yun, Lilik, Muttaqin dan Hafiz seluruh teman-teman KPI angkatan 2011, Kukuh dan Taufik, Sahabat Korp Gelegar '11, Himpunan Alumni Mamba'us Sholihin (HIMAM) DI Yogyakarta yang senantiasa membantu dan memotivasi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, karena setiap insan pasti memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun bagi penulis.

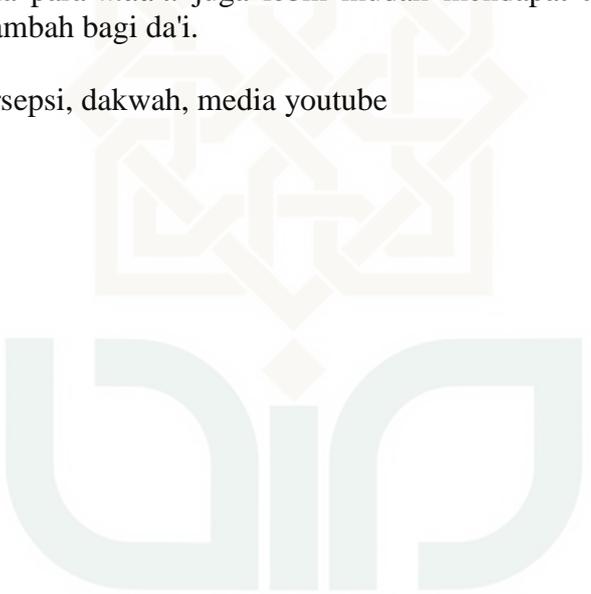
Semoga skripsi ini bisa bermanfaat dan menambah khasanah keilmuan bagi pembaca dan penulis. Kepada semua pihak yang telah membantu, semoga amal baik yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

ABSTRAK

Muchammad Asadul Amin NIM 11210147. Penelitian ini berjudul "Persepsi Santri Pondok Pesantren Kotagede Hidayatul Mubtadi-ien (PPKHM) Terhadap Dakwah Ustadz Abdul Somad (UAS) di Media *Youtube*", penelitian ini berfokus pada persepsi santri PPKHM terhadap video ceramah Ustadz Abdul Somad di media *youtube*. Metode penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dengan terlebih dahulu menguji variabel menggunakan uji validitas dan reliabilitas dengan rumus *alpha Cronbach's* kemudian mengolah data dengan rumus *presentase* sederhana untuk menguraikan hasil penelitian. Peneliti memperoleh temuan bahwa persepsi santri PPKHM terhadap Dakwah Ustadz Abdul Somad masuk dalam kategori cukup. Berdakwah menggunakan media sosial juga mempermudah dalam mengembangkan misi dakwah seiring perkembangan teknologi media para *mad'u* juga lebih mudah mendapat akses informasi yang menjadi nilai tambah bagi da'i.

Kata kunci: persepsi, dakwah, media youtube



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
D. Kajian Pustaka	8
E. Kerangka Teori	10
1. Persepsi	10
2. Dakwah	14
3. Media baru	17
4. Teori Stimulus Organism Response	19
F. Sistematika Pembahasan	21
BAB II: METODOLOGI PENELITIAN	22
A. Jenis Penelitian	22
B. Definisi Konseptual	22

C. Definisi Operasional	23
D. Populasi dan Sampel	23
E. Instrumen Penelitian	24
F. Teknik Pengumpulan Data	25
G. Validitas dan Reliabilitas	26
1. Validitas	26
2. Reliabilitas	27
H. Teknik Analisis Data	28
BAB III: GAMBARAN UMUM	30
A. Pondok Pesantren Kotagede Hidayatul Mubtadi-Ien Yogyakarta	30
1. Profil Pengasuh	30
2. Sejarah Singkat PP. Kotagede Hidayatul Mubtadi-ien (PPKHM).....	31
3. Perkembangan PP. Kotagede Hidayatul Mubtadi-ien (PPKHM)	32
4. Dasar dan Tujuan Berdirinya PP. Kotagede Hidayatul Mubtadi-ien..	34
5. Visi dan Misi PP. Kotagede Hidayatul Mubtadi-ien	35
6. Unit-Unit Pendidikan di PP. Kotagede Hidayatul Mubtadi-ien.....	36
7. Kurikulum	39
8. Materi Pelajaran	41
9. Kepengurusan Dan Kegiatan	42
10. Fasilitas PP. Kotagede Hidayatul Mubtadi-ien	48
B. Profil Ustadz Abdul Somad	49
1. Biografi Ustadz Abdul Somad	51
BAB IV: PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA	54
A. Instrumen Penelitian	54
B. Pelaksanaan Uji Coba	54
C. Hasil Analisis Data	58
1. Indikator Variabel (X) Persepsi Santri Dimensi Stimulus	59
2. Indikator Variabel (X) Persepsi Santri Dimensi Pengindraan	63
3. Indikator Variabel (Y) Dakwah Melalui Media Youtube	

Dimensi Materi Dakwah	67
4. Indikator Variabel (Y) Dakwah Melalui Media Youtube	
Dimensi Metode Dakwah	73
5. Deskripsi Data Persepsi Santri	74
6. Deskripsi Data Dakwah Melalui Media Youtube	76
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Stimulus Organism Response	20
Tabel 2.1 Definisi Operasional	23
Tabel 2.2 Kategori	28
Tabel 3.1 Kajian Kitab Sorogan.....	41
Tabel 3.2 Kitab Bandongan	41
Tabel 3.3 Kitab Kilatan.....	42
Tabel 3.4 Dewan Asatidz	44
Tabel 3.5 Kegiatan Harian	44
Tabel 3.6 Kegiatan Mingguan.....	45
Tabel 3.7 Kegiatan Selapanan.....	46
Tabel 3.8 Jadwal Malam Kajian Kitab	46
Tabel 3.9 Jadwal Pagi Kajian Kitab.....	47
Tabel 4.1 Sebaran Item Variabel Persepsi Santri	55
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	57
Tabel 4.3 hasil analisis data item X4	59
Tabel 4.4 hasil analisis data item X5	60
Tabel 4.5 hasil analisis data item X14	60
Tabel 4.6 hasil analisis data item X3	61
Tabel 4.7 hasil analisis data item X2	62
Tabel 4.8 hasil analisis data item X7	63
Tabel 4.9 analisis data item X9	64

Tabel 4.10 hasil analisis data item X12	64
Tabel 4.11 hasil analisis data item X6	65
Tabel 4.12 hasil analisis data item X8	66
Tabel 4.13 hasil analisis data item X13	66
Tabel 4.14 analisis data item Y1	67
Tabel 4.15 analisis data item Y5	68
Tabel 4.16 analisis data item Y4	68
Tabel 4.17 analisis data item Y12	69
Tabel 4.18 analisis data item Y3	70
Tabel 4.19 analisis data item Y6	70
Tabel 4.20 analisis data item Y11	71
Tabel 4.21 analisis data item Y8	72
Tabel 4.22 analisis data item Y9	72
Tabel 4.23 analisis data item Y2	73
Tabel 4.24 analisis data item Y13	74
Tabel 4.25 Mean dan Standar Deviation Persepsi Santri	74
Tabel 4.26 Kategori Persepsi Santri	75
Tabel 4.27 Mean dan Standar Deviation Dakwah melalui Media Youtube	76
Tabel 4.28 Dakwah melalui youtube	77

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Dakwah merupakan aktifitas yang sangat penting dalam Islam. Dengan dakwah, islam dapat tersebar dan dapat diterima oleh manusia. Sebaliknya, tanpa dakwah islam akan semakin jauh dari masyarakat dan selanjutnya akan lenyap dari permukaan bumi. Dalam kehidupan masyarakat, dakwah berfungsi menata kehidupan yang agamis menuju terwujudnya masyarakat yang harmonis dan bahagia. Ajaran islam disiarkan melalui dakwah dapat menyelamatkan manusia pada umumnya dari hal-hal yang dapat membawa kehancuran.¹

Media sosial sebagai bagian dari perkembangan media baru yang kontras dengan media tradisional, yaitu industri seperti media cetakan dan media audio-visual². Dalam arti luas, media sosial merupakan salah satu bentuk *platform online* di mana para pengguna dapat memindahkan konten yang bersumber dari *Wordpress, Sharepoint, Youtube, Facebook* dan lain-lain³. Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual¹⁰. Ikatan sosial secara virtual adalah masyarakat yang terhubung di alam

¹ Ali Aziz, *Ilmu DAkwah*, (Jakarta: Prenda Press, 2004), hlm. 37.

² Alo Liliweri, *Komunikasi AntarPersonal*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm. 288.

³ *Ibid*, hlm. 289.

maya. Dalam komunikasi virtual, memungkinkan seseorang berinteraksi tetapi sebenarnya mereka tidak berada secara wujud di tempat itu.

Seiring dengan kemajuan teknologi media dan kecenderungan masyarakat mulai bergantung pada teknologi, cara berdakwah pun tidak lagi dilakukan dengan cara konvensional, tetapi mulai memanfaatkan kemajuan teknologi sebagai medianya. Dakwah melalui Youtube merupakan cara terbaru dalam syiar Islam, dan tentunya akan memudahkan para da'i untuk merangkul audiens. Penggunaan media Youtube sebagai media dakwah merupakan peluang dan tantangan untuk mengembangkan dan memperluas jangkauan dakwah. Kesempatan yang dimaksud ialah bagaimana orang-orang yang peduli terhadap kemampuan dakwah maupun memanfaatkan media tersebut sebagai sarana dan media dakwah untuk menunjang proses dakwah.

Dakwah suatu kewajiban setiap individu, dan menjadi tonggak utama pada agama dalam usaha mengangkat martabat islam hingga ke puncaknya. Sehubungan dengan itu, ruang dan peluang yang terdapat dalam media baru ini sewajarnya digunakan untuk mempromosikan kephahaman islam dan perkara yang bermanfaat. Media dakwah di media baru itu banyak, antaranya melalui media sosial. Keseluruhan media itu bisa digunakan dalam penyebaran dakwah. Lembaga *We Are Social* mempublikasikan hasil penelitian terhadap perilaku internet, akses terhadap internet, hingga akun media sosial dari seluruh dunia. Hasil penelitian dipublikasikan di <http://wearesocial.sg> tersebut mencakup berbagai negara dari benua yang berbeda. Data riset tersebut juga menunjukkan bahwa pengguna internet di indonesia menghabiskan waktu

hampir 3 jam untuk terkoneksi dan berselancar di media sosial.⁴ Maka jelas disini bahwa media adalah suatu medium yang amat baik untuk penyebaran dakwah.

Kegiatan dakwah dengan memanfaatkan teknologi yang sesuai dan tepat guna merupakan masuknya teknologi perangkat lunak maupun perangkat keras yang ditawarkan harus sesuai dengan kebutuhan masyarakat, terjangkau oleh pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki masyarakat dan sekaligus mengembangkan pengetahuan.⁵ Sehingga pelaksanaan kegiatan dakwah harus senantiasa mempertimbangkan situasi dan kondisi setempat. Kegiatan dakwah akan berjalan efektif dan efisien jika dilakukan dengan menggunakan cara-cara yang strategis dan tepat dalam menyampaikan ajara-ajaran Allah SWT. Salah satu aspek yang bisa ditinjau adalah dari segi sarana dan prasarana dalam hal ini media dakwah, karena dakwah merupakan kegiatan yang bersifat universal yang menjangkau semua aspek kehidupan manusia, maka dalam penyampaianya juga harus dapat menyentuh semua lapisan atau tingkatan baik dari budaya, sosial, ekonomi, politik, dan pendidikan.

Anthony Giddens mengungkapkan, dengan datangnya modernitas, ruang semakin terpecah dari tempatnya.⁶ Sesuai realita saat ini manusia berinteraksi tanpa harus bertemu secara fisik, yang salah satunya melalui internet khususnya media sosial. Media sosial memudahkan *user* (pengguna)

⁴ Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), h. 12

⁵ Muhammad Sulthon, *Desain Ilmu Dakwah* Cetakan I, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003) hlm. 36

⁶ George Ritzer, *Teori Sosial Postmodern*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2003), Hal. 242.

untuk membuat konten dan aplikasi. Media sosial menjadi tempat berinteraksi dan bertukar wawasan bagi sesama pengguna. Manusia bisa saling membagi ide, bekerjasama, menciptakan kreasi, berfikir, dan menemukan partner yang bisa membangun wawasan dan komunitas. Dampak positif dan negatif jelas dimiliki sebuah media sosial diantaranya dampak positifnya, menambah wawasan dan pengetahuan, mempermudah komunikasi jarak jauh, memperluas jaringan sosial. Kelebihan ini bisa dimanfaatkan untuk bertukar pikiran, saling mengenal budaya dari berbeda-beda daerah. Namun dampak negatifnya diantaranya: orang yang mempunyai ketergantungan dalam bermedia sosial memiliki kebiasaan akan mengabaikan orang sekitarnya dan memilih menghabiskan waktunya untuk berinteraksi dalam dunia maya. Dampak positif dan negatif oleh semua media teknologi bergantung pada manusia yang menggunakan, oleh sebab itu manusia juga dituntut lebih bijaksana dalam hal teknologi.

Dakwah melalui Youtube merupakan cara terbaru dalam syiar Islam, dan tentunya akan memudahkan para *da'i* untuk merangkul audiens. Penggunaan media Youtube sebagai media dakwah merupakan peluang dan tantangan untuk mengembangkan dan memperluas jangkauan dakwah. Kesempatan yang dimaksud ialah bagaimana orang-orang yang peduli terhadap kemampuan dakwah maupun memanfaatkan media tersebut sebagai sarana dan media dakwah untuk menunjang proses dakwah.

Sebagian besar para *da'i* di Indonesia menggunakan berbagai metode dalam dakwah mereka, termasuk media dakwah yang mereka gunakan walau

tujuan mereka sama yaitu menyebarkan ajaran Islam, serta berbuat *amar ma'ruf nahi munkar*. Melihat perkembangan zaman saat ini, komponen-komponen dakwah juga dituntut untuk mengikuti perkembangan yang berjalan di era modern supaya aktifitas dakwah lebih bisa diterima oleh masyarakat sebagai suatu elemen tersendiri bagi proses modernisasi. Istilah ini sering terdengar sebagai dakwah kontemporer, yakni dakwah dengan mengikuti perkembangan teknologi media, salah satunya berdakwah melalui media *Youtube*.

Misi keinginan Chard Hurly, Steve Chen, dan Jawed Karim dalam menggagas untuk mengenalkan cara berbagi video dengan website yang tersedia, mereka melihat kemudahan untuk membagikan video melalui web.⁷ Kehadiran *Youtube* dapat memudahkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi *video*. Karena media tersebut cenderung lebih praktis dan efektif. Penggunaan video sebagai media pendidikan dan pengorganisasian masyarakat semakin berkembang pesat, banyak kalangan akademis kemudian menjadikannya sasaran kajian dan penelitian mereka.⁸

Ustadz Abdul Somad lahir di desa bernama Silo Lama di wilayah kabupaten Asahan, Sumatera Utara pada tanggal 18 Mei 1977, selain sebagai da'i ia juga sebagai dosen di Universitas Sultan Syarif Kasim (UIN SUSKA) Riau. Kegiatan ceramahnya banyak diunggah di situs *Youtube.com* sehingga ceramahnya bisa disaksikan kapan saja. Beliau merupakan salah seorang ustadz yang memanfaatkan media sosial dalam kegiatan dakwahnya mulai dari

⁷Fahs chad, *How To Do With Youtube*, (America: The McGraw, 2008), hlm.17.

⁸Yoga Atmaja, dkk, *Video Komunitas*, (Yogyakarta: InsistPers & Kawanusa, 2007), hlm. 147.

Facebook, Instagram maupun *YouTube* di channel officialnya Taffaquh Video. Channel-channel *YouTube* lainnya yang berkongsi video ceramahnya. Hal ini menunjukkan bahwa selain program radio, televisi dan media cetak yang digunakan, media jejaring sosial *youtube* juga mampu menjadi media dakwah bagi Ustadz Abdul Somad, diantaranya beberapa video yang diunggah sudah mencapai 1,7 juta *views* dengan tema “10 Keutamaan Perempuan”, kemudian 1,4 juta *views* dengan judul “Bid’ah & Maulid Nabi (1)” di bulan Maret 2018 pada akun officialnya “Taffaquh Video”.

Pada akhir kegiatan ceramah Ustadz Abdul Somad juga sering memberi kesempatan kepada audien untuk mengajukan pertanyaan. Beliau menjawab pertanyaan-pertanyaan audien walaupun dengan tema berbeda dari tema yang beliau sampaikan di kegiatan ceramahnya. Hal ini menjadi nilai positif bagi da’i dalam kegiatan dakwahnya sehingga *mad’u* merasa mendapatkan respon dari da’i. Adapun ceramah Ustadz Abdul Somad sangat mudah diterima untuk semua kalangan, baik dewasa, remaja, maupun anak-anak, karena materi ceramahnya cukup *update* dan cocok bagi masyarakat pada zaman sekarang.

Sebagai responden yang akan dijadikan penelitian ini, Pondok Pesantren Kotagede Hidayatul Mubtadi-ien adalah salah satu pesantren di Yogyakarta. Pesantren yang berdiri lebih dari tujuh tahun ini dihuni oleh kurang lebih 100 orang santri. Pesantren ini mayoritas dihuni oleh santri yang juga mahasiswa atau santri yang sedang menempuh pendidikan tingkat tinggi. Demi sebuah konsumsi pengetahuan yang lebih para santri tidak hanya menggunakan referensi tekstual yang disediakan oleh pihak pesantren, dalam hal ini adalah

bagian akademik pesantren. Mereka juga dibebaskan menggunakan *gadget* untuk mengakses berbagai informasi dari *youtube*. Maka dari itu perlu kiranya melakukan penelitian di PPKHM Kotagede dengan kaitanya persepsi santri terhadap dakwah Ustadz Abdul Somad di media *youtube*.

B. RUMUSAN MASALAH

Bagaimana persepsi santri Pondok Pesantren Kotagede Hidayatul Mubtadien (PPKHM) terhadap dakwah Ustadz Abdul Somad di media *Youtube*?

C. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui bagaimana persepsi santri PPKHM terhadap dakwah Ustadz Abdul Somad di media *Youtube*.
- b. Untuk mengetahui sejauh mana persepsi santri PPKHM minat terhadap metode dakwah dalam media *Youtube*.

2. Manfaat Penelitian:

- a. Secara Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas dan memperkaya bahan kajian ilmiah serta menjadi referensi bagi mahasiswa.

- b. Secara Teoritik

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan peneliti serta perbendaharaan karya ilmiah dalam pengembangan ilmu komunikasi dan penyiaran Islam khususnya media dakwah.

c. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi saran dan kritik bagi da'i yang berdakwah melalui media sosial khususnya media *Youtube*.

D. KAJIAN PUSTAKA

Beberapa penelitian terdahulu yang terdapat relevansi tema penelitian dengan keterkaitannya pada subjek, objek dan metode penelitian. Beberapa penelitian yang akan ditampilkan berikut ini untuk membuktikan bahwa penelitian ini belum pernah diselesaikan dan kemudian dijadikan sebagai acuan penulis untuk menentukan posisi penelitian.

Pertama, Penelitian skripsi berjudul “Persepsi Pendengar terhadap Berita Radio (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Persepsi Komunitas Pendengar Radio Republik Indonesia (RRI) Surakarta” oleh Anies Zulaikha, prodi Ilmu Komunikasi Universitas Sebelas Maret Surakarta. Penelitian ini meneliti tentang persepsi komunitas pendengar terhadap program berita di radio RRI dan menghasilkan beberapa kategori yaitu; program siaran berita berbahasa Indonesia sudah tersajikan dengan baik dan mewakili kepentingan masyarakat, materi berita sudah berimbang, sedangkan independensi Radio RRI masih belum utuh.⁹

Kedua, skripsi Luthfi Hidayah tentang “Persepsi Masyarakat Palebon terhadap Program Siaran Dakwah Islamiyah di Radio Idola 92.6 FM Semarang”, penelitian ini membahas tentang bagaimana persepsi masyarakat desa Palebon terhadap program dakwah islamiyah yang disiarkan di radio Idola 92.6 FM

⁹Anies Zulaikha, *Persepsi Pendengar terhadap Berita Radio (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Persepsi Pendengar Radio Republik Indonesia (RRI) Surakarta Terhadap Program Siaran Berita Berbahasa Indonesia di RRI Surakarta)*, (Solo: Universitas Sebelas Maret, 2008), hlm.140.

Semarang, jenis penelitiannya menggunakan analisis deskriptif kualitatif melalui pendekatan komunikasi secara humanistik yang menganalisis setiap fenomena atau peristiwa terjadi. Sedangkan teknik pengumpulan datanya menggunakan teknik Wawancara, dokumentasi, dan observasi. Hasil penelitian Luthfi Hidayah bahwa masyarakat Palebon memiliki persepsi yang cukup bagus terhadap program siaran dakwah islamiyah yang disiarkan di radio Idola 92.6 FM, adapun program yang paling banyak diminati yaitu program Keluarga Sakinah¹⁰.

Ketiga, penelitian oleh Azka Azkiyatul Khilmiah tentang "Pengaruh Ceramah KH. Anwar Zahid Melalui Youtube Terhadap Pemahaman Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah UIN Sunan Ampel Surabaya", penelitian ini berfokus pada pengaruh isi ceramah atau pesan dakwah KH. Anwar Zahid melalui Youtube tentang taubat dan Penyakit Manusia Modern. Penelitian jenis kuantitatif ini menggunakan metode eksperimental yang mencari hubungan sebab akibat antara dua faktor dengan tujuan mengetahui ada dan tidaknya pengaruh pada variabel yang diteliti.

Dari kajian pustaka diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki kesamaan dan perbebedaan. Anies zulaikha meneliti dengan objek yang sama yaitu persepsi khalayak media atau audien namun berbeda pada subjek penelitian. Selanjutnya adalah Luthfi Hidayah meneliti tentang persepsi dan fokus yang sama, tetapi berbeda pada subjek dan metode penelitiannya. Selanjutnya Azkiyatul Khilmiah meneliti pada subjek penelitian yang sama namun berbeda pada objek

¹⁰Luthfi Hidayah, *Persepsi Masyarakat Palebon Terhadap Program Siaran Dakwah Islamiyah Di Radio Idola 92.6 FM Semarang*, (Semarang: IAIN Wali Songo, 2012) hlm. 83.

penelitiannya, yang mana Azkiyatul. K. berfokus pada pesan dakwah. Dengan perbandingan kajian pustaka diatas, penelitian ini mengkaji tentang persepsi audien terhadap dakwah melalui media sosial.

E. KERANGKA TEORI

1. Persepsi

Persepsi adalah sebuah proses dimana orang akan menyadari beberapa atau banyak rangsangan yang mengenai perasaannya¹¹. Orang akan merasakan (*sense*), kemudian menyusun (*organize*) apa yang mereka rasakan, dan yang terakhir adalah menginterpretasikan apa yang tersusun.¹² J. Cohen mendefinisikan bahwa persepsi sebagai interpretasi bermakna atas sensasi sebagai representatif objek Eksternal: persepsi adalah pengetahuan yang tampak ada di luar sana.¹³

Brian Fellows menguatkan bahwa persepsi adalah proses yang memungkinkan suatu organisme menerima dan menganalisis informasi.¹⁴ Persepsi pada hakikatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang di dalam memahami tentang lingkungannya melalui penginderaan (penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan, dan penciuman). Kunci utama memahami persepsi adalah pada pengenalan bahwa persepsi itu merupakan sebuah penafsiran yang unik terhadap situasi, dan bukan suatu pencatatan yang benar terhadap situasi.¹⁵

a. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

¹¹Joseph A. Devito, *Human Communication: The Basic Course*, (New York: Mc Grawill, 1991), hlm. 84.

¹²*Ibid*, hlm. 85.

¹³Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2011), hlm. 180.

¹⁴*Ibid*. hlm. 180.

¹⁵Miftah Thoha, *Perilaku Organisasi, Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 149.

Persepsi tidak akan muncul dengan sendirinya pada diri seseorang, namun ada beberapa faktor yang bisa mempengaruhi munculnya pada pelaku persepsi dan objek yang dipersepsikan. Beberapa faktor yang mempengaruhi munculnya persepsi meliputi pelaku persepsi dan objek yang dipersepsikan. Berikut adalah hal-hal yang mempengaruhi persepsi:

1. Perhatian

Perhatian adalah bagian dari proses munculnya persepsi dan juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Individu memerlukan sejumlah energi yang dikeluarkan untuk memperhatikan atau memfokuskan pada bentuk fisik dan fasilitas mental yang ada pada suatu obyek. Perhatian setiap individu pada obyek akan berbeda tergantung pada hal yang mempengaruhi persepsi pada suatu obyek.

Kenneth A. Andersen mendefinisikan perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah.¹⁶ Perhatian dalam hal ini akan muncul melalui proses seleksi individu terhadap suatu obyek yang dipersepsi, beberapa faktor perhatian yang dapat mempengaruhi proses seleksi persepsi baik internal maupun eksternal. Adapun faktor eksternal meliputi gerakan, intensitas stimuli, hal-hal yang baru, dan pengulangan atau hal-hal yang tersajikan berkali-kali.¹⁷ Sedangkan faktor internal yang mempengaruhi perhatian dalam proses seleksi persepsi yaitu, faktor biologi, sosiopsikologis, motif sosiogenis, sikap, kebiasaan, dan kemauan.¹⁸

¹⁶Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remadja Karya, 1986), hlm.64.

¹⁷*Ibid.* hlm. 66.

¹⁸*Ibid.* hlm. 67.

2. Fungsional

Faktor fungsional yang mempengaruhi munculnya persepsi berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu, motivasi dan kepribadian. Hal yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimuli, tetapi karakteristik orang yang memberikan respons pada stimuli.¹⁹ Dalam faktor fungsional pelaku persepsi akan merespon stimuli melalui beberapa faktor yang sesuai kecenderungan karakter personal oleh manusia untuk menentukan persepsi secara selektif. Krech dan Crutchfield merumuskan dalil persepsi yang pertama yaitu: *Persepsi bersifat selektif secara fungsional*. Dalil ini berarti bahwa objek-objek yang mendapat tekanan dalam persepsi kita biasanya objek-objek yang memenuhi tujuan individu yang melakukan persepsi.²⁰

3. Struktural

Sebuah sistem saraf individu akan mempengaruhi faktor struktural karena sifat stimuli dan efek-efek saraf. Krech dan Crutchfield melahirkan dalil yang kedua: *medan persepsi dan kognitif selalu diorganisasikan dan diberi waktu*.²¹ Pengorganisasian stimuli dengan melihat konteksnya, meski stimuli yang diterima itu tidak lengkap, dengan kata lain pengorganisasian stimuli tanpa melihat bagian-bagian sesuatu yang dipersepsi.

Dalil Krech dan Crutchfield yang ketiga: *Sifat-sifat perseptual dan kognitif dari substruktur ditentukan pada umumnya oleh sifat-sifat struktur secara keseluruhan*. Menurut dalil ini, bila individu dianggap sebagai kelompok, semua

¹⁹*Ibid*, hlm. 69.

²⁰*Ibid*, hlm. 70.

²¹*Ibid*, hlm. 73.

sifat individu yang berkaitan dengan sifat kelompok akan dipengaruhi oleh anggota kelompoknya, dengan efek asimilasi atau kontras.²²

4. Proses persepsi

Sebelum proses persepsi seorang individu itu terjadi, individu harus memenuhi beberapa syarat agar individu menyadari bagaimana dapat memunculkan suatu persepsi merupakan keadaan *integradet* dari individu yang bersangkutan, maka apa yang ada didalam diri individu dan pengalaman-pengalamannya akan ikut aktif dalam persepsi tersebut. Adapun syarat-syaratnya adalah sebagai berikut:

- a) Adanya objek yang di persepsikan, Objek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor, stimulus dapat datang dari luar yang langsung mengenai alat indera (reseptor), dan dapat datang dari dalam yang langsung mengenai syaraf penerima (sensoris) yang bekerja sebagai reseptor.
- b) Alat indera atau alat reseptor, merupakan alat untuk menerima stimulus. Di samping itu, harus ada pula syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan syaraf, yaitu otak sebagai pusat kesadaran.
- c) Menyadari pentingnya perhatian, untuk menyadari/mengadakan persepsi sesuatu diperlukan pula adanya perhatian. Perhatian merupakan langkah pertama sebagai persiapan dalam mengadakan persepsi. Tanpa perhatian tidak akan terjadi persepsi. Dari hal diatas tersebut dapat disimpulkan bahwa, untuk mengadakan persepsi harus memenuhi syarat sebagai berikut:

²²*Ibid*, hlm. 74

- 1) Fisik: bersifat kealaman.
- 2) Fisiologis: pengetahuan mengenai dan proses sifat-sifat dan proses daripada barang hidup serta dengan alat-alat tubuhnya.
- 3) Psikologis: bersifat kejiwaan.

Sehubungan dengan syarat-syarat diatas, maka proses terjadinya persepsi adalah sebagai berikut:

- 1) Diawali dengan objek yang menimbulkan persepsi dan stimulus mengenai alat indera atau reseptor. Proses ini dinamakan proses kealaman (fisik).
- 2) Stimulus yang diterima oleh alat indera dilanjutkan oleh syaraf sensoris ke otak. Proses ini dinamakan fisiologis.
- 3) Kemudian terjadilah suatu proses ke otak, sehingga individu dapat menyadari apa yang ia terima dengan reseptor itu. Sebagai suatu akibat dari stimulus yang diterimanya proses yang terjadi dalam otak/pusat kesadaran itulah yang dinamakan proses psikologis. Dengan taraf terakhir dari proses persepsi adalah individu menyadari tentang apa yang diterima melalui alat indera atau reseptor.²³

2. Dakwah

Dakwah dari segi bahasa berarti panggilan, seruan atau ajakan. Bentuk dari kata tersebut dalam bahasa Arab disebut *mashdar*. Sedangkan bentuk kata kerjanya (*fi'il*) berarti memanggil, menyeru atau mengajak. Secara istilah menurut Prof. Toha Yahya Oemar menyatakan bahwa dakwah Islam sebagai upaya mengajak

²³Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum* (Yogyakarta: Andi Offset, 1990), hlm. 54-55

umat dengan cara bijaksana kepada jalan yang benarsesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan di dunia dan di akhirat.²⁴ Adapun menurut Prof. Dr. Hamka dakwah adalah seruan panggilan untuk menganut suatu pendirian yang ada dasarnya berkonotasi positif dengan substansi terletak pada aktifitas yang memeritahkan *amar ma'ruf nahi munkar*.²⁵ Pada dasarnya dakwah adalah mengajak atau menyeru umat manusia menuju jalan yang benar sesuai ajaran agama Islam. Dalam firman Allah surat An Nahl ayat 125: *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*. Adapun menurut Wahidin Saputra unsur-unsur dalam dakwah antara lain:²⁶

a. Materi Dakwah (*Maddah al Dakwah*)

Materi dakwah yang meliputi bidang akidah, syariah (ibadah dan muamalah) dan akhlak. Semua materi ini bersumber dari Al-Qur'an, As-Sunnah Rasulullah SAW, hasil ijtihad ulama dan sejarah peradaban Islam.

b. Subjek Dakwah (*Da'i*)

Da'i yaitu orang yang aktif melaksanakan dakwah kepada masyarakat secara individu atau secara kolektif.

²⁴Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 1

²⁵*Ibid*, hlm. 2

²⁶ *Ibid*, hlm, 8-9.

c. Objek Dakwah (*Mad'u*)

Mad'u adalah orang atau masyarakat yang didakwahi, yakni diajak ke jalan Allah agar selamat dunia dan akhirat. Masyarakat sebagai objek dakwah sangat heterogen dengan berlatar belakang berbeda-beda baik dari segi geografis, ras, dan agama.

d. Metode Dakwah (*thoriqoh al-Dakwah*)

Metode dakwah yaitu cara atau strategi yang harus dimiliki oleh da'i dalam melaksanakan aktivitas dakwahnya. Berdasarkan Al- Qur'an Surat An Nahl ayat 125 secara umum dakwah ada tiga yaitu: metode dakwah *bil hikmah, mau'izhoh hasanah* dan mujadalah.

e. Media Dakwah (*Wasilah al-Dakwah*)

Media dakwah adalah media atau *instrument* yang digunakan sebagai alat untuk mempermudah menyampaikan pesan dakwah kepada *mad'u*. media ini bisa dimanfaatkan oleh *da'i* untuk menyampaikan dakwahnya baik berupa lisan atau tulisan. Diantara media dakwah yang masih banyak digunakan para *da'i* saat ini adalah: TV, Radio, Surat Kabar, Majalah, Buku, Internet, handphone, serta Bulletin.

f. Tujuan Dakwah (*Maqashid al-Dakwah*)

Tujuan dakwah adalah sesuatu yang hendak dicapai dalam kegiatan dakwah. Adapun tujuan dakwah dibagi menjadi dua yaitu jangka panjang dan jangka pendek. Tujuan jangka pendek yang dimaksud adalah agar manusia mematuhi ajaran Allah dan Rasul-Nya dalam kehidupan keseharian, sehingga tercipta manusia yang berakhlak mulia, dan tercapainya individu yang baik (*khoiru al-*

fardiyah), keluarga yang *sakinah* /harmonis (*khairu al-usrah*), komunitas (*khairu al-jama'ah*), masyarakat madani/*civil society* (*khairu al-ummah*), dan pada akhirnya akan membentuk bangsa sejahtera dan maju (*khairu al-baldah*) atau dalam istilah yang disebut dalam Al-Qur'an yaitu: *Baldatun thoyyibatun wa robbun ghofur*.

3. Media baru

Rakhmat merangkum definisi-definisi komunikasi massa menjadi: “komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonym melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat (Rakhmat, seperti yang dikutip Komalam, dalam Karlinah, dkk. 1999).²⁷

Definisi komunikasi massa yang sebelumnya sudah cukup jelas. Menurut Charlest Wright, komunikasi massa bisa didefinisikan dalam tiga ciri:

- a) Komunikasi massa diarahkan kepada audiens yang relative besar, heterogen, dan anonym.
- b) Pesan-pesan yang disebarkan secara umum, sering dijadwalkan untuk bisa mencapai sebanyak mungkin anggota audiens secara serempak dan sifatnya sementara.
- c) Komunikator cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar.²⁸

²⁷Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004), hlm. 7.

²⁸Werner J. Serverin dan James W, Tankard, *Teori Komunikasi; Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*, (Jakarta; Prenada Media, 2011), hlm. 4

d) Media massa telah berubah begitu banyak, dimulai dari awal abad ke- 20 yang bersifat satu-arah, arus yang serupa kepada massa yang seragam. Semakin berkembangnya jaman, maka semakin bermunculan media-media baru yang mempermudah proses komunikasi massa atau biasa disebut New Media.

Menurut McQuail, media baru adalah tempat dimana seluruh pesan komunikasi terdesentralisasi; distribusi pesan lewat satellite meningkatkan penggunaan jaringan kabel dan computer, keterlibatan audiens dalam proses komunikasi yang semakin meningkat.²⁹

Perubahan utama yang berkaitan dengan munculnya media baru adalah:

- a) Digitalisasi dan konvergensi atas segala aspek media.
- b) Interaktivitas dan konektivitas jaringan yang makin meningkat.
- c) Mobilitas dan delokasi untuk mengirim dan menerima.
- d) Adaptasi terhadap peranan publikasi dan khalayak.
- e) Munculnya beragam bentuk baru “pintu” (gateway) media.
- f) Pemisahan dan pengaburan dari “lembaga media”.

New media disini adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama dimana selain baru dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Menurut McQuail, karakteristik yang dapat membedakan antara media lama dengan media baru dari perspektif penggunaannya.³⁰

²⁹Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2011), hlm. 153

³⁰*Ibid*, hlm. 157

- a) Interaktivitas (interactivity): ditunjukkan oleh rasio respons atau inisiatif dari sudut pandang pengguna terhadap ‘penawaran’ sumber atau pengirim.
- b) Kehadiran Sosial (atau sosiabilitas) (social presence or sociability): dialami oleh pengguna, berarti kontak personal dengan orang lain dapat dimunculkan oleh penggunaan media.
- c) Kekayaan media (media richness): jangkauan dimana media dapat menjebatani kerangka referensi yang berbeda, mengurangi ambiguitas, memberikan lebih banyak pertunjukan, melibatkan lebih banyak indra dan lebih personal.
- d) Otonomi (autonomy): derajat dimana seorang pengguna merasakan kendali atas konteks dan penggunaan, mandiri dari sumber.
- e) Unsur bermain-main (playfulness): kegunaan untuk hiburan dan kesenangan, sebagai lawan dari sifat fungsi dan alat.
- f) Privasi (privacy): berhubungan dengan kegunaan media dan/atau konten tertentu.
- g) Personalisasi (personalization): derajat dimana konten dan penggunaan menjadi personal dan unik.

4. Stimulus Organisme Response

Dalam penelitian ini model yang digunakan adalah model S-O-R. Teori S-O-R sebagai singkatan dari Stimulus-Organism-Response. Teori ini memiliki tiga elemen yakni pesan (stimulus), penerima (Organism), dan efek (Response). Stimulus adalah sumber rangsangan, Organism adalah penerima rangsangan, dan Response adalah umpan balik yang dihasilkan. Teori S-O-R ini semula berasal dari

psikologi.kemudian menjadi teori komunikasi, adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponenkomponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi.³¹

Menurut stimulus respon ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Pola S-O-R ini dapat berlangsung secara positif atau negatif, misalnya jika orang tersenyum akan dibalas tersenyum ini merupakan reaksi positif, namun jika tersenyum dibalas dengan palingan muka maka ini merupakan reaksi negatif. Hovland, Janis, dan Kelley menyatakan bahwa dalam menelah sikap yang baru ada tiga variabel penting yakni perhatian, pengertian, dan penerimaan.³²

Untuk lebih jelasnya model Stimulus-Organism-Response dapat dilihat dalam gambar dibawah ini:

Tabel: 1.1 Stimulus Organism Response

Stimulus	Organism	Response
<ul style="list-style-type: none"> • Pesan yang disampaikan melalui media • Materi Pesan • Metode Penyampaian Pesan 	<ul style="list-style-type: none"> • Perhatian • Pengertian • Penerimaan 	<ul style="list-style-type: none"> • Perubahan Sikap • Pengetahuan • Motivasi • Tindakan • Penilaian

Sumber: Onong Uchjana Effendy³³

³¹ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2003) hlm. 254

³² *Ibid.*, hlm. 205

³³ *Ibid.*, hlm. 225

F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Dalam sistematika pembahasan penulis akan menguraikan menjadi lima bab yaitu:

Bab I adalah pendahuluan yang meliputi: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, dan terakhir sistematika pembahasan.

Bab II adalah metodologi penelitian yang meliputi jenis analisis penelitian, unit analisis, definisi konseptual, definisi operasional, populasi dan sampel, instrument penelitian, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan terakhir teknik analisis data.

Bab III adalah gambaran umum tentang Pondok Pesantren Kotagede Hidayatul Mubtadi'ien (PPKHM) dan dakwah Ustadz Abdul Somad di media *Youtube*

Bab IV adalah penyajian data dan analisis data tentang obyek penelitian yaitu persepsi santri PPKHM terhadap dakwah Ustadz Abdul Somad melalui media *Youtube* serta pembahasan.

Bab V adalah kesimpulan dan saran

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan analisis data penelitian yang diuraikan pada bab sebelumnya terhadap dua variabel yaitu variabel X (Persepsi Santri PPKHM) dan variabel Y (Dakwah Ustadz Abdul Somad) dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa persepsi santri Pondok Pesantren Kotagede Hidayatul Mubtadi-ien terhadap dakwah Ustadz Abdul Somad di media *Youtube* yang terfokus mudahnya pemanfaatan media dakwah adalah cukup, dalam berdakwah melalui sosial media dapat menarik perhatian para *mad'u* untuk mendengar ceramah atau pesan yang disampaikan.
2. Gambaran dakwah Ustadz Abdul Somad melalui media *Youtube* dari hasil penelitian dan analisis data masuk kategori cukup, beliau menggunakan metode *al-hikmah* dan metode *mau'idzoh hasanah* dengan ketepatan dan kesesuaian pembahasan pada materi dakwah. Beliau memberikan nasihat dan bimbingan dengan cara yang baik dan mudah diterima masyarakat terlebih pada pesan dakwah terkait aqidah, syariah, akhlak serta muamalah.

B. Saran

Beberapa saran yang dapat peneliti berikan dalam penelitian ini:

1. Setelah melakukan penelitian pada persepsi media, dalam hal ini adalah persepsi khalayak atas sebuah siaran media baru. Dengan ini peneliti menyarankan pembaca atau peneliti lainya untuk mengembangkan penelitian yang relevan dalam hal konten, manajemen media atau pengaruh media terhadap khalayak.
2. Bagi semua *uploader* media *youtube* yang terkait dengan dakwah, diharapkan agar memberikan judul sesuai tema ceramah dalam video dakwahnya.
3. Untuk para da'i saat ini haruslah mengenal dan memahami media dakwah yang berkembang agar mempermudah dalam mengembangkan misi dakwahnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2004.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta. 1991.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Azwar, Saifuddin. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2010.
- Chad, Fahs. *How To Do With Youtube*. America: The McGraw. 2008.
- Devito, Joseph A. *Human Communication: The Basic Course*. New York: McGrawill. 1991.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti. 2003.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya. 2003.
- Hidayah, Luthfi. *Persepsi Masyarakat Palebon Terhadap Program Siaran Dakwah Islamiyah Di Radio Idola 92.6 FM Semarang*. Semarang: IAIN Wali Songo. 2012.
- Kuntjoroningrat. *Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Gramedia. 1977.
- Liliweri, Alo. *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Prenada Media Group. 2015.
- Rivers, William L. *Media Massa dan Masyarakat Modern*. Jakarta: Prenada Media. 2004.
- McQuaill, Dennis. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika. 2011.
- Muda, Deddy Iskandar. *Jurnalistik Televisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2009.
- Mulyana, Dedy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya. 2011.
- Rakhmat, Jalaludin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remadja Karya. 1986.
- Saputra, Wahidin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2011.

- Severin, Werner J dan James W Tankard. *Teori Komunikasi; Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Prenada Media. 2011.
- Sudjana, Nana dan Ibrahim. *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*. Bandung: Sinar Baru. 1989.
- Sudiyono, Anas. *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Press. 1987.
- Soewadji, Jusuf. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana. 2012.
- Sulthon, Muhammad. *Desain Ilmu Dakwah Cetakan I*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2003.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta. 2003. Edisi I.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta. 2013.
- Walgito, Bimo. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset. 1990.
- Yoga, Atmaja dkk. *Video Komunitas*. Yogyakarta: InsistPers & Kawanusa. 2007.
- Zulaikha, Anies. *Persepsi Pendengar terhadap Berita Radio (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Persepsi Pendengar Radio Republik Indonesia (RRI) Surakarta Terhadap Program Siaran Berita Berbahasa Indonesia di RRI Surakarta)*. Solo: Universitas Sebelas Maret. 2008.
- <https://www.viva.co.id/siapa/read/660-ustaz-abdul-somad>, diakses tanggal 2 Agustus 2018 pukul 20.00 WIB.

LAMPIRAN



PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
Jl. Jenderal Sudirman No 5 Yogyakarta – 55233
Telepon : (0274) 551136, 551275, Fax (0274) 551137

Yogyakarta, 8 Agustus 2018

Kepada Yth. :

Nomor : 074/8290/Kesbangpol/2018
Perihal : Rekomendasi Penelitian

Kepala Kementerian Agama RI Kanwil DIY
di Yogyakarta

Memperhatikan surat :

Dari : Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
Nomor : B-881/Un.02/DD.1/PN.01.1/08/2018
Tanggal : 7 Agustus 2018
Perihal : Izin Penelitian

Setelah mempelajari surat permohonan dan proposal yang diajukan, maka dapat diberikan surat rekomendasi tidak keberatan untuk melaksanakan riset/penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul proposal : "PERSEPSI, SANTRI PONDOK PESANTREN KOTAGEDE HIDAYATUL MUBTADI-IEN (PPKM) TERHADAP DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD DI YOUTUBE" kepada:

Nama : MUCHAMMAD ASADUL AMIN
NIM : 11210147
No.HP/Identitas : 082242828691/3525140806910002
Prodi/Jurusan : Komunikasi Dan Penyiaran Islam
Fakultas : Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
Lokasi Penelitian : Pondok Pesantren Kotagede Hidayatul Mubtadi-Ien
Waktu Penelitian : 8 Agustus 2018 s.d 30 September 2018

Sehubungan dengan maksud tersebut, diharapkan agar pihak yang terkait dapat memberikan bantuan / fasilitas yang dibutuhkan.

Kepada yang bersangkutan diwajibkan:

1. Menghormati dan mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku di wilayah riset/penelitian;
2. Tidak dibenarkan melakukan riset/penelitian yang tidak sesuai atau tidak ada kaitannya dengan judul riset/penelitian dimaksud;
3. Menyerahkan hasil riset/penelitian kepada Badan Kesbangpol DIY selambat-lambatnya 6 bulan setelah penelitian dilaksanakan.
4. Surat rekomendasi ini dapat diperpanjang maksimal 2 (dua) kali dengan menunjukkan surat rekomendasi sebelumnya, paling lambat 7 (tujuh) hari kerja sebelum berakhirnya surat rekomendasi ini.

Rekomendasi Ijin Riset/Penelitian ini dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang tidak mentaati ketentuan tersebut di atas.

Demikian untuk menjadikan maklum.



Tembusan disampaikan Kepada Yth :

1. Gubernur DIY (sebagai laporan)
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga;
3. Yang bersangkutan.

KUESIONER PENELITIAN

**PERSEPSI SANTRI PONDOK PESANTREN KOTAGEDE HIDAYATUL
MUBTADI' IEN TERHADAP DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD DI
MEDIA *YOUTUBE***

No. Responden:

Nama:

Usia:

Petunjuk Pengisian

1. Kuesioner ini semata mata untuk keperluan akademis atau penelitian
2. Baca dan jawablah semua pertanyaan secara teliti dan jujur, kerahasiaan jawaban dijaga.
3. Berilah tanda *checklist* (√) pada jawaban yang anda anggap benar.
4. Terimakasih atas partisipasinya.

Keterangan:

STS: Sangat Tidak Setuju

TS: Tidak Setuju

RG: Ragu-Ragu

S: Setuju

SS: Sangat Setuju

Variabel X persepsi Santri PPKHM

No	Pernyataan	STS	TS	RG	S	SS
1	Saya pernah mendengar ceramah Ustadz Abdul Somad (UAS) di media <i>youtube</i> .	1	2	3	4	5
2	Saya selalu <i>update</i> dan mengikuti setiap ceramah UAS melalui media <i>Youtube</i> .	1	2	3	4	5
3	Setelah saya mendengar ceramah “3 Golongan Yang Sholatnya Tidak Diangkat Allah” Saya tidak merendahkan jamaah Islam tertentu tetapi saya mendukung mereka.	1	2	3	4	5
4	Saya tertarik mendengar ceramah UAS di media <i>Youtube</i> karena pendekatan beliau santai dan <i>familiar</i> .	1	2	3	4	5
5	Ceramah UAS selalu mengungkap dan mengkaitkan dengan fenomena masyarakat yang faktual.	1	2	3	4	5
6	Ceramah UAS banyak memberikan solusi hukum-hukum pada fenomena sosial di lingkungan anda saat ini.	1	2	3	4	5
7	Judul “Indahnya Hidup di Bawah Naungan Syariat” membuat saya lebih berhati-hati dalam menjalani hidup.	1	2	3	4	5
8	Setelah saya mendengar ceramah Ustadz Abdul Somad (UAS), saya mengetahui bahwa tidak semua orang yang baik itu jahat dan tidak semua orang jahat itu baik.	1	2	3	4	5
9	Ceramah UAS di <i>Youtube</i> selalu mengungkap hukum-hukum Islam.	1	2	3	4	5
10	Setelah mendengar ceramah UAS (Judul ceramah di MABES TNI AD), saya mencoba segala cara untuk menghindari dari mencela orang lain baik berbeda golongan, ras, dan agama.	1	2	3	4	5
11	Saya lebih yakin untuk melakukan keringanan <i>rukhsah</i> setelah mendengar ceramah UAS.	1	2	3	4	5
12	Ceramah UAS di <i>Youtube</i> mampu memberi kesadaran kepada saya bagaimana kehidupan yang dialami baginda Rasulullah SAW dan cara hidup Islam yang benar.	1	2	3	4	5
13	Ceramah UAS dapat mengupas permasalahan-permasalahan pada diri saya.	1	2	3	4	5
14	Sesi Bebas Tanya Jawab sangat diperlukan di akhir ceramah UAS.	1	2	3	4	5

Variabel Y Dakwah Ustad Abdul Somad

No	Pernyataan	STS	TS	RG	S	SS
1	Materi ceramah Ustadz Abdul Somad banyak mendekatkan diri dan mengingatkan kepada Allah.	1	2	3	4	5
2	Ceramah UAS menjadikan masyarakat memahami perbedaan golongan (agama, suku, ras dan budaya).	1	2	3	4	5
3	Ceramah UAS menjadikan masyarakat memahami perbedaan golongan (agama, suku, ras dan budaya).	1	2	3	4	5
4	Ibadah lebih percaya diri setelah mendengar jawaban UAS berkaitan.	1	2	3	4	5
5	Ceramah UAS menyadarkan betapa pentingnya menjaga hubungan sesama manusia dan Sang Pencipta.	1	2	3	4	5
6	Masyarakat lebih menjaga aurat setelah mendengar pembahasan UAS mengenai batasan aurat pada ceramah “Indahnya Hidup di Bawah Naungan Syariat”.	1	2	3	4	5
7	Isi judul video “ceramah UAS di MABES TNI AD” sangat relevan terhadap masyarakat pada masa kini.	1	2	3	4	5
8	Ceramah UAS mengingatkan kepada kebaikan akhlak dan meningkatkan kualitas akhlak	1	2	3	4	5
9	Perumpamaan dan contoh dalam ceramah UAS sangat mudah difahami.	1	2	3	4	5
10	Humor di sela penyampaian dakwah UAS menarik minat masyarakat untuk mendengarkan ceramah beliau.	1	2	3	4	5
11	Didalam ceramah UAS, beliau mengingatkan mengenai umat terdahulu, agar masyarakat lebih berhati-hati supaya tidak terjadi seperti umat terdahulu.	1	2	3	4	5
12	Penjelasan dalam ceramah UAS cukup mudah difahami sesuai keilmuan masyarakat.	1	2	3	4	5
13	Saya merasa puas dengan jawaban dari setiap pertanyaan.	1	2	3	4	5

OLAH DATA SPSS 22

```
FREQUENCIES VARIABLES=Var_X
/STATISTICS=STDDEV MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE SUM
/ORDER=ANALYSIS.
```

Frequencies

Notes		01-SEP-2018 20:19:51
Output Created		
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet0 <none> <none> <none> 76
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=Var_X /STATISTICS=STDDEV MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE SUM /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time Elapsed Time	00:00:00.03 00:00:00.04

Statistics

Var_X		
N	Valid	76
	Missing	0
Mean		38.58
Median		37.50
Mode		33 ^a
Std. Deviation		6.753
Minimum		26
Maximum		55
Sum		2932

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Var_X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	26	1.3	1.3	1.3
	29	3.9	3.9	5.3
	30	2.6	2.6	7.9
	31	3.9	3.9	11.8
	32	1.3	1.3	13.2
	33	10.5	10.5	23.7
	34	7.9	7.9	31.6
	35	7.9	7.9	39.5
	36	3.9	3.9	43.4

37	5	6.6	6.6	50.0
38	8	10.5	10.5	60.5
39	3	3.9	3.9	64.5
40	2	2.6	2.6	67.1
41	4	5.3	5.3	72.4
42	5	6.6	6.6	78.9
43	1	1.3	1.3	80.3
44	1	1.3	1.3	81.6
45	1	1.3	1.3	82.9
46	2	2.6	2.6	85.5
47	1	1.3	1.3	86.8
48	1	1.3	1.3	88.2
49	1	1.3	1.3	89.5
50	1	1.3	1.3	90.8
51	3	3.9	3.9	94.7
52	1	1.3	1.3	96.1
55	3	3.9	3.9	100.0
Total	76	100.0	100.0	

RECODE Var_X (44.254 thru Highest=1) (30.747 thru 44.253=2) (Lowest thru 30.746=3) INTO Var1.

EXECUTE.

FREQUENCIES VARIABLES=Var1

/STATISTICS=STDDEV MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE SUM

/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Notes

Output Created		01-SEP-2018 20:43:13
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	76
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=Var1 /STATISTICS=STDDEV MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE SUM /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.02

Statistics

Var1

N	Valid	76
	Missing	0
Mean		1.89
Median		2.00
Mode		2
Std. Deviation		.505

Minimum	1
Maximum	3
Sum	144

Var1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	14	18.4	18.4	18.4
	Cukup	56	73.7	73.7	92.1
	Kurang	6	7.9	7.9	100.0
	Total	76	100.0	100.0	

FREQUENCIES VARIABLES=varY
 /STATISTICS=STDDEV MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE SUM
 /ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Notes

Output Created		01-SEP-2018 20:47:24
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet0 <none> <none> <none> 95
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=varY /STATISTICS=STDDEV MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE SUM /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time Elapsed Time	00:00:00.02 00:00:00.02

Statistics

varY		
N	Valid	95
	Missing	0
Mean		48.77
Median		50.00
Mode		65
Std. Deviation		10.367
Minimum		17
Maximum		65
Sum		4633

varY

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	17	1	1.1	1.1	1.1
	25	1	1.1	1.1	2.1
	26	4	4.2	4.2	6.3
	34	1	1.1	1.1	7.4
	36	1	1.1	1.1	8.4
	38	1	1.1	1.1	9.5
	39	8	8.4	8.4	17.9
	41	4	4.2	4.2	22.1
	42	1	1.1	1.1	23.2
	43	4	4.2	4.2	27.4
	44	4	4.2	4.2	31.6
	45	7	7.4	7.4	38.9
	46	2	2.1	2.1	41.1
	47	3	3.2	3.2	44.2
	48	4	4.2	4.2	48.4
	49	1	1.1	1.1	49.5
	50	4	4.2	4.2	53.7
	51	3	3.2	3.2	56.8
	52	10	10.5	10.5	67.4
	53	5	5.3	5.3	72.6
	54	3	3.2	3.2	75.8
	55	1	1.1	1.1	76.8
	56	1	1.1	1.1	77.9
	57	2	2.1	2.1	80.0
	58	2	2.1	2.1	82.1
	60	2	2.1	2.1	84.2
	61	3	3.2	3.2	87.4
	65	12	12.6	12.6	100.0
Total		95	100.0	100.0	

RECODE varY (59.448 thru Highest=1) (38.403 thru 59.447=2) (Lowest thru 38.402=3)
INTO var2.

EXECUTE.

FREQUENCIES VARIABLES=var2

/STATISTICS=STDDEV MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE SUM

/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Notes

Output Created		01-SEP-2018 21:06:15
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	95
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.

Syntax	FREQUENCIES VARIABLES=var2 /STATISTICS=STDDEV MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE SUM /ORDER=ANALYSIS.		
Resources	Processor Time		00:00:00.03
	Elapsed Time		00:00:00.03

Statistics

var2

N	Valid	95
	Missing	0
Mean		1.92
Median		2.00
Mode		2
Std. Deviation		.519
Minimum		1
Maximum		3
Sum		182

var2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	17	17.9	17.9	17.9
	Cukup	69	72.6	72.6	90.5
	Kurang	9	9.5	9.5	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

RIWAYAT HIDUP



Nama : Muchammad Asadul Amin
Tempat/ Tgl Lahir : Gresik, 8 Juni 1991
Alamat : Jl. Sunan Giri No 8, Gg 13/I
RT/RW. 02/04, Kel. Sidomukti, Kec.
Kebomas, Kab. Gresik, Jawa Timur
E-mail : amin.adul19@gmail.com

Pendidikan :

1. MI Yayasan Islam Sunan Giri (1997-2003)
2. Mts Mamba'us Sholihin (2003-2006)
3. MA Mamba'us Sholihin (2006-2009)
4. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2011-2018)

Organisasi :

1. Persatuan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Forum Komunikasi Mahasiswa KPI wilayah Jogja-jateng
4. Himpunan Alumni Mamba'us Sholihin DI Yogyakarta