

**PENGARUH PROGRAM TALKSHOW RELIGI DI TELEVISI  
TERHADAP PENINGKATAN IBADAH**

**(Analisis Regresi Linier Sederhana Komunikasi Persuasif Tayangan  
“Mamah dan Aa Beraksi” pada Ibu-ibu Pengajian PKK Desa Minomartani,  
Sleman, Yogyakarta)**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

**Disusun Oleh :**

**Winona Dea Nuramanda  
NIM. 13730077**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
2018**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Winona Dea Nuramanda  
Nomor Induk : 13730077  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Advertising

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi Saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini Saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 17 Juli 2018

Yang Menyatakan,


Winona Dea Nuramanda  
13730077



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING  
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
UIN Sunan Kalijaga  
Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Winona Dea Nuramanda  
NIM : 13730077  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Judul :

**PENGARUH KOMUNIKASI PERSUASIF PROGRAM TALKSHOW RELIGI DI  
TELEVISI TERHADAP PENINGKATAN IBADAH  
(Analisis Regresi Linier Sederhana pada Ibu-ibu Pengajian PKK Kelurahan  
Minomartani, Sleman, Yogyakarta dalam Tayangan "Mamah dan Aa Beraksi")**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 11 Juli 2018

**Pembimbing**

**Drs. Bono Setyo, M.Si**  
NIP.196903172008011013

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

*Skripsi ini saya persembahkan untuk:*

*almamater tercinta*

*Jurusan Ilmu Komunikasi*

*Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora*

*UIN Sunan Kalijaga, khususnya*





KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : UIN.02/\_\_\_\_/PP.00.9/\_\_\_\_/2018

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH PROGRAM TALKSHOW RELIGI DI TELEVISI TERHADAP  
PENINGKATAN IBADAH (Analisis Regresi Linier Sederhana Komunikasi Persuasif  
Tayangan "Mamah dan Aa Beraksi" pada Ibu-ibu Pengajian PKK Desa Minomartani,  
Sleman, Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : WINONA DEA NURAMANDA  
Nomor Induk Mahasiswa : 13730077  
Telah diujikan pada : Selasa, 31 Juli 2018  
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Drs. Bono Setyo, M.Si.  
NIP. 19690317 200801 1 013

Penguji I

Mokhammad Mahfud, S.Sos.I. M.Si.  
NIP. 19770713 200604 1 002

Penguji II

Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si.  
NIP. 19610816 199203 2 003

Yogyakarta, 31 Juli 2018

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

DEKAN



Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.  
NIP. 19680416 199503 1 004

## HALAMAN MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن تَنصُرُوا اللَّهَ يَنصُرْكُمْ وَيُثَبِّتْ أَقْدَامَكُمْ

(سورة محمد ٧)

“Wahai orang-orang yang beriman, jika kalian menolong kepada Allah, maka Allah akan menolong kepada kalian dan meneguhkan telapak kaki kalian (keimanan kalian).”

(Q.S. Muhammad: 7)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneiti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang pengaruh komunikasi program talkshow religi di televisi terhadap peningkatan ibadah yang telah dilaksanakan pada Ibu-ibu PKK di Desa Minomartani Sleman dalam tayangan “Mamah dan Aa Beraksi”. Penyusun menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penyusun mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Bapak Dr. Mochamad Sodik, S. Sos., M. Si.
2. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M. Si selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi dan Ibu Dr. Yani Tri Wijayanti, M. Si selaku sekretaris program studi Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Drs. Bono Setyo, M. Si selaku pembimbing skripsi yang telah membantu, membimbing dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Bapak Edi Suroto, SH selaku Kepala Desa Desa Minomartani dan Bapak Heri Suranto, S. Sn selaku Sekretaris Desa Desa Minomartani.
6. Ibu Witri selaku ketua TP. PKK Desa Minomartani dan Ibu Bambang Suroto selaku kesekretariatan TP. PKK Desa Minomartani atas sukarela dan keramahatmahannya membantu Saya dalam pengerjaan skripsi ini.
7. Ibu Ani Bachtiar/ Ibu Wisnu ketua PKK RT 23 yang secara ikhlas telah membantu Saya dalam menyebarkan angket dan mempermudah dalam menghubungi narasumber.

8. Kedua orang tua Saya, Bapak Nur Agung dan Ibu Wantini atas doa dan pengertiannya.
9. Tante Mamik dan Dek Arum atas masukan, doa dan support-nya..
10. Ulfah Khoirunnisa, Ningrum Harjianti, dan Sarasidya Habsari. Teman seperjuangan dari SMA hingga saat ini.
11. Dhita Kharisma, Evi Aviati, Safira Rezadien R, dan segenap muda-mudi generus Al-Anhar Krangkungan.
12. Teman-teman kepengurusan remaja masjid KMM Al-Anhar.
13. Mbak Dini Priastuti dan Pak Irfan Rizki selaku atasan saya yang sangat pengertian dan selalu memberikan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
14. Semua pihak yang telah berjasa dalam penyusunan skripsi ini yang tidak mungkin disebutkan satu per satu.

Kepada semua pihak tersebut semoga semua amal baiknya diterima oleh Allah SWT dan diberikan kebarokahan serta kelancaran dalam segala hal.

Yogyakarta, 10 Juli 2018

Penyusun,

Winona Dea Nuramanda

13730077



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x1
DAFTAR BAGAN .....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Hipotesis.....	6
F. Tinjauan Pustaka .....	7
G. Landasan Teori.....	11
H. Kerangka Pemikiran.....	32
I. Metode Penelitian.....	33
BAB II : GAMBARAN UMUM.....	43
A. Gambaran Umum Program Televisi Mamah dan Aa Beraksi .....	43
B. Gambaran Umum Tim Penggerak Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (TP PKK) Desa Minomartani.....	45
BAB III: HASIL DAN PEMBAHASAN .....	59
A. Karakteristik Responden .....	59

B. Uji Validitas dan Uji Reabilitas .....	61
C. Penyebaran Data Tiap Variabel .....	66
1. Variabel Independen .....	66
2. Variabel Dependen .....	80
D. Analisis Data .....	101
1. Uji Normalitas .....	101
2. Uji Linearitas .....	102
3. Uji Regresi Linear Sederhana .....	103
4. Pembahasan .....	107
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>117</b>
A. Kesimpulan .....	117
B. Saran.....	118
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>120</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>123</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Matrik Tinjauan Pustaka .....	12
Tabel 2 : Definisi operasional .....	42
Tabel 3 : Program Kerja Kesekertariat TP PKK Desa Minomartani .....	54
Tabel 4 : Program Kerja Bendahara TP PKK Desa Minomartani .....	55
Tabel 5 : Program Kerja Pokja I TP PKK Desa Minomartani .....	56
Tabel 6 : Program Kerja Pokja II TP PKK Desa Minomartani.....	58
Tabel 7 : Program Kerja Pokja III TP PKK Desa Minomartani .....	60
Tabel 8 : Program Kerja Pokja IV TP PKK Desa Minomartani .....	62
Tabel 9 : Responden berdasarkan usia .....	65
Tabel 10 : Responden berdasarkan pekerjaan .....	66
Tabel 11 : Responden berdasarkan pendapatan perbulan .....	66
Tabel 12 : Rangkuman hasil uji validitas variabel independen.....	68
Tabel 13 : Rangkuman hasil uji validitas variabel dependen.....	69
Tabel 14 : Output Uji Reliabilitas variabel independen .....	70
Tabel 15 : Output Uji Reliabilitas variabel dependen .....	70
Tabel 16 : Mamah Dedeh selaku komunikator menguasai materi.....	71
Tabel 17 : Mamah Dedeh menguasai teknik <i>public speaking</i> .....	72
Tabel 18 : Kalimat jelas dan mudah dipahami.....	72
Tabel 19 : Pembahasan masalah runtut dan teratur.....	73
Tabel 20 : Mamah Dedeh tanggap dalam menjawab pertanyaan .....	73
Tabel 21 : Mamah Dedeh mempunyai kredibilitas yang tinggi.....	74
Tabel 22 : Responden selalu mengikuti kajiannya.....	75
Tabel 23 : Pesan dapat diterima secara akal.....	75
Tabel 24 : Pembahasan sesuai dengan agama Islam.....	76
Tabel 25 : Kajiannya menarik untuk diikuti .....	76
Tabel 26 : Nasihatnya dapat dipraktekkan dalam kehidupan sehari-hari .....	77

Tabel 27 : Acara talkshow religi ini lebih berkualitas daripada acara talkshow religi lainnya.....	78
Tabel 28 : Program ini dikemas secara menarik .....	79
Tabel 29 : Responden selaku penonton acara ini selalu mempraktekkan nasihatnya	79
Tabel 30 : Tayangan ini dapat membuat Responden menjadi pribadi yang lebih baik.....	80
Tabel 31 : Responden selalu mengerjakan sholat tepat waktu.....	80
Tabel 32 : Responden selalu menjaga tumakninah dalam sholat.....	81
Tabel 33 : Responden selalu mengerjakan sholat berjamaah.....	82
Tabel 34 : Responden mengerjakan Sholat dengan khusyuk.....	84
Tabel 35 : Tayangan Mamah Dedeh dapat meningkatkan kualitas Ibadah Sholat Responden.....	85
Tabel 36 : Responden selalu menyempatkan berdoa .....	86
Tabel 37 : Berdoa dapat membuat hati Responden lebih tenang .....	87
Tabel 38 : Tayangan tersebut dapat meningkatkan kualitas berdoa Responden.....	88
Tabel 39 : Responden selalu mengerjakan puasa wajib.....	89
Tabel 40 : Responden sering mengerjakan puasa sunah .....	90
Tabel 41 : Responden selalu mengendalikan emosi ketika sedang berpuasa .....	91
Tabel 42 : Tayangan tersebut dapat meningkatkan puasa Responden.....	92
Tabel 43 : Responden selalu bersedekah .....	94
Tabel 44 : Responden berpartisipasi dalam pembangunan masjid atau kegiatan keagamaan .....	95
Tabel 45 : Responden yakin harta yang disedekahkan akan diganti yang lebih baik	97
Tabel 46 : Harta tersebut dapat bermanfaat bagi umat dan agama Islam .....	98
Tabel 47 : Responden ikhlas dalam bersedekah .....	99
Tabel 48 : Tayangan Mamah Dedeh dapat meningkatkan sedekah Responden .....	100
Tabel 49 : Uji Normalitas.....	102

Tabel 50 : Uji Linieritas .....103  
Tabel 51 : Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....104



## DAFTAR BAGAN

Bagan 1: Kerangka Pemikiran .....	14
-----------------------------------	----



## ABSTRACT

The existence of a social phenomenon about television increasingly prevalent. Very often we have encountered violences and deviant behavior which all started from television show. But in addition to negative influences, television can also be a medium for da'wah Islam. Quite a lot of television stations broadcast programs that nuanced religion and contains a positive moral value. But the most important thing here is whether the religious program can affect the audience to participate in doing good. Through this research, the researcher wanted to know whether there is influence between persuasive communication of religious talk show program “Mamah and Aa Beraksi” towards the enhancement of worship.

From the results of analysis that researchers have done, it is known that the significance value (Sig.) which is 0.000. This value is smaller < than the probability value which is 0.05. Thus it can be concluded that there is influence between Persuasive Communication religious talk show program to the enhancement of worship. Whereas the value of R Square or coefficient of determination in this study is 0.393. These figures show that Persuasive Communication influences 39.3% of the increase in worship. While the rest, ie 60.7% influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: Persuasive Communication, the enhancement of worship, religious program, television.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Tiada hari tanpa televisi. Kalimat tersebut mungkin mewakili masyarakat Indonesia yang sehari-harinya dihabiskan dengan menonton televisi. Hanya dengan duduk manis kita sudah dapat menikmati hiburan di dalam benda ajaib yang dapat mengeluarkan suara dan gambar itu. Banyak orang beranggapan bahwa televisi itu hanya sekedar hasil dari kemajuan teknologi saja dan tidak berdampak apa-apa bagi kehidupan mereka. Namun dibalik itu semua ada hubungan timbal balik antara televisi sebagai media massa dan masyarakat.

Dalam buku yang ditulis oleh Alimuddin (2015: 11), ia menjelaskan bahwa sudah cukup banyak telaah tentang televisi mengungkapkan bahwa media televisi ini melebihi kemampuan media massa lainnya dalam mempengaruhi sikap atau perilaku khalayak. Berbeda dengan media massa lainnya, televisi memiliki fasilitas audio dan visual. Dengan demikian, khalayak menggunakan dua panca inderanya, yaitu penglihatan dan pendengaran. Hal ini dapat menjadi bukti kenapa televisi mempunyai pengaruh yang cukup kuat terhadap masyarakat. Akan tetapi jika melihat kondisi realistik di Indonesia yang penduduknya belum 100 persen memiliki televisi, bahkan menurut data statistik sebanyak 56 persen



penduduk Indonesia belum dapat menikmati jaringan penerangan dan tenaga listrik, kekuatan pengaruh televisi akan menjadi tidak signifikan. Hal ini disebabkan karena belum menyebarnya pembangunan listrik-listrik di daerah terpencil sehingga membuat masyarakat tidak bisa mengakses televisi. Dengan demikian, berarti hanya segelintir atau tidak secara keseluruhan masyarakat Indonesia bisa terpengaruh dengan adanya keberadaan pesawat televisi.

Di tengah hiruk pikuk tayangan hiburan di televisi, ada salah satu tayangan yang tujuannya tidak hanya menghibur, akan tetapi juga memberi informasi. Tayangan tersebut adalah program talkshow religi. Program talkshow religi adalah program dengan format talkshow yang membahas tentang keagamaan dan dipandu oleh seorang ustad/ustadzah. Biasanya terdapat sesi tanya jawab bagi penonton yang ada di studio maupun yang menonton dari rumah untuk bertanya seputar masalah agama kepada ustad/ustadzah tersebut. Contoh program talkshow religi yang cukup terkenal di televisi adalah program “Mamah dan Aa beraksi” yang ditayangkan di Indosiar. Acara ini dipandu oleh seorang host bernama Abdel Achrian dan seorang ustadzah yang sudah sangat berpengalaman di bidangnya, Mamah Dedeh. Program ini selain diisi oleh nasihat-nasihat dan motivasi agama, juga diisi oleh lawakan lawakan yang kerap dilontarkan oleh Mamah Dedeh ataupun Abdel. Hal inilah yang membuat program ini tidak “kaku” dan lebih disukai oleh pemirsa. Namun dalam tayangan talkshow religi tersebut, kita tidak tahu apakah pesan yang

disampaikan dapat diterima secara efektif oleh khalayak, sehingga nilai-nilai agama yang disampaikan oleh penyampai agama dapat dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari.

Komunikasi persuasif dan teknik persuasi yang tepat memiliki peran yang besar dalam mempengaruhi sikap khalayak. Teknik persuasi memiliki peran yang dominan untuk dijadikan sebagai teknik yang efektif dalam melakukan komunikasi sehingga informasi dapat diterima oleh komunikan. Melalui teknik persuasi maka akan diperoleh kemungkinan besar untuk merubah sikap dan perilaku suatu masyarakat karena dalam teknik persuasi memiliki unsur yang sangat kuat untuk merekayasa kepatuhan jika dilihat dari beberapa teknik yang terdapat di dalamnya (Nida, 2014).

Dinamika antara kuatnya pengaruh televisi terhadap perilaku khalayak juga diungkapkan dalam teori pembelajaran sosial. Teori pembelajaran sosial mengatakan bahwa contoh dari personal tertentu atau media massa dapat menjadi penting dalam usaha memperoleh perilaku yang baru. Individu melakukan proses imitasi atas apa yang mereka lihat dari media. Teori ini sendiri menekankan pengaruh televisi secara khusus dalam proses imitasi tersebut.

Sebagai contoh, ketika suatu acara di televisi menampilkan seorang preman yang akhirnya ditangkap polisi, karena melakukan tindakan kriminal, masyarakat yang menontonnya akan berusaha untuk tidak

meniru apa yang telah dilakukan oleh preman tersebut. Secara umum, semakin dekat apa yang kita saksikan dilayar televisi dengan karakter diri yang kita percayai, maka semakin dekat pula kita dengan proses imitasi tersebut (<http://www.umm.ac.id/en/opini/hidup-dalam-persuasi-media.html>, diakses pada 15 Februari 2018).

Dalam komunikasi Islam dikenal prinsip *Qaulan Baligha* (قَوْلًا بَلِيغًا) atau perkataan yang membekas dalam jiwa. *Qaulan baligha* artinya menggunakan kata-kata yang efektif, tepat sasaran, komunikatif, mudah dimengerti, langsung ke pokok masalah (*straight to the point*), dan tidak berbelit-belit atau bertele-tele. Agar komunikasi tepat sasaran, gaya bicara dan pesan yang disampaikan hendaklah disesuaikan dengan kadar intelektualitas komunikan dan menggunakan bahasa yang dimengerti oleh komunikan. Prinsip *Qaulan Baligha* memiliki persamaan dengan prinsip komunikasi persuasif, yaitu sama-sama menggunakan strategi tertentu agar pesan yang disampaikan diterima secara efektif oleh komunikan.

*Qaulan Baligha* dalam al-Qur'an dijelaskan di dalam surat an-Nisa ayat 63 yang berbunyi:

أُولَئِكَ الَّذِينَ يَعْلَمُ اللَّهُ مَا فِي قُلُوبِهِمْ فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَهُمْ فِي  
أَنْفُسِهِمْ قَوْلًا بَلِيغًا (٦٣)

*“Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka Qaulan Baligha –perkataan yang berbekas pada jiwa mereka”.*

Siaran televisi memberikan dampak pada kehidupan manusia, oleh karena itu banyak pihak yang terus mengkajinya. Dampak positif agar dimanfaatkan dan dikembangkan untuk meningkatkan kualitas hidup, sedangkan dampak negatif agar dicegah dan dikurangi untuk menghindari kerusakan generasi yang akan datang (Sanistyastuti, 2014). Dalam penelitian ini akan membahas tentang seberapa besar pengaruh program talkshow religi di televisi terhadap peningkatan ibadah dan bagaimana komunikasi persuasif bisa berpengaruh terhadap peningkatan ibadah .

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan dalam penelitian ini adalah : seberapa besar pengaruh komunikasi persuasif program talkshow religi di televisi yang berjudul “Mamah dan Aa Beraksi” terhadap peningkatan ibadah Ibu-ibu pengajian PKK Desa Minomartani, Sleman, Yogyakarta?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh komunikasi persuasif program talkshow religi di televisi yang berjudul “Mamah dan Aa Beraksi” terhadap peningkatan ibadah Ibu-ibu pengajian PKK Desa Minomartani, Sleman, Yogyakarta.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Akademik**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi di bidang komunikasi persuasif, sehingga dapat menjadi rujukan bagi para akademisi, praktisi media, maupun khalayak masyarakat.

### **2. Manfaat Praktis**

- a. Membuka wawasan masyarakat tentang pentingnya memilih program televisi yang baik.
- b. Penelitian ini juga sebagai bahan masukan untuk para praktisi agar dapat memproduksi program televisi yang tujuannya tidak hanya menghibur, tetapi juga dapat bermanfaat bagi pemirsanya.

## **E. Hipotesis**

Ho : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara komunikasi persuasif program talkshow religi di televisi yang berjudul “Mamah dan Aa Beraksi” terhadap peningkatan ibadah Ibu-ibu pengajian PKK Desa Minomartani, Sleman, Yogyakarta.

Ha : Adanya pengaruh yang signifikan antara komunikasi persuasif program talkshow religi di televisi yang berjudul “Mamah dan Aa Beraksi” terhadap peningkatan ibadah Ibu-ibu pengajian PKK Desa Minomartani, Sleman, Yogyakarta.

## **F. Tinjauan Pustaka**

Tinjauan pustaka bertujuan untuk mengetahui perbandingan penelitian ini dengan penelitian lain yang sejenis, sehingga dapat dijadikan sebagai salah satu sumber referensi peneliti.

Penelitian pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Nurhayani pada skripsinya yang berjudul “Pengaruh Penerapan Komunikasi Persuasif terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Makassar” di tahun 2016. Skripsi dari mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar ini mencari tahu apakah penerapan Komunikasi Persuasif dapat mempengaruhi kinerja dan apakah faktor pendukung dan penghambat penerapan Komunikasi Persuasif dalam meningkatkan kinerja pegawai di kantor Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Makassar. Adapun metode penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi sebanyak 141 orang. Hasil yang di dapat dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh penerapan komunikasi persuasif dengan kinerja Pegawai Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Makassar. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t$  hitung yaitu 2,296 lebih besar ( $>$ ) daripada nilai  $t$  tabel yaitu 1,672.

Penelitian kedua adalah penelitian yang dilakukan oleh Ria Winarni (2015) dengan judul “Pengaruh Komunikasi Persuasif dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam terhadap Konsentrasi Belajar Siswa Kelas X di

SMK Sudirman Ungaran Tahun Ajaran 2015/2016”. Penelitian dari IAIN Salatiga ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh komunikasi persuasif dalam pembelajaran Pendidikan Agama Islam terhadap konsentrasi belajar siswa kelas X di SMK Sudirman Ungaran. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dan menggunakan pendekatan studi korelasi. Populasi yang diteliti berjumlah 123 orang dan dengan metode sampling didapatkan 31 responden. Adapun hasil dari penelitian ini adalah ditemukan adanya pengaruh positif antara komunikasi persuasif guru dalam pembelajaran PAI terhadap konsentrasi belajar siswa. Dengan bukti nilai  $r_{xy}$  hitung (0,47) > nilai  $r$  tabel (0,456). Penelitian ini mempunyai kesamaan berupa variabel dependen, yaitu komunikasi persuasif. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel independennya, yaitu berupa konsentrasi belajar siswa.

Dan yang ketiga adalah penelitian yang dilakukan oleh Septian Hadi Rahmawan (2014) berjudul “Pengaruh Komunikasi Persuasif terhadap Kesadaran Pajak Pedagang di Pasar Rangkasbitung (Survei pada Program Sosialisasi PP No. 46 tahun 2013 terhadap Pedagang di Pasar Rangkasbitung)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh komunikasi persuasif dalam kegiatan sosialisasi PP 46 terhadap kesadaran pajak pedagang di Pasar Rangkasbitung. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, sifat penelitiannya yaitu eksplanatif, dan tekniknya menggunakan metode survei. Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara komunikasi persuasif terhadap kesadaran pajak

pedagang di Pasar Rangkasbitung. Hal ini ditunjukkan dengan hubungan positif antara variabel X dan Y sebesar 26,4%. Sedangkan sisanya 73,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Kesamaan dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh komunikasi persuasif. Sedangkan perbedaannya adalah objek yang diteliti yaitu kesadaran pajak pedagang di Pasar Rangkasbitung.





Tabel 1.

## Matrik Tinjauan Pustaka

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1.	Nurhayani	Pengaruh Penerapan Komunikasi Persuasif terhadap Kinerja Pegawai di Kantor Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Makassar	Sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif dengan variabel bebasnya komunikasi persuasif.	Perbedaannya terletak pada populasi. Populasi dari Nurhayani adalah pegawai Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Makassar, sedangkan peneliti adalah Ibu-ibu PKK Desa Minomartani.	terdapat pengaruh penerapan komunikasi persuasif dengan kinerja Pegawai Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Makassar. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung yaitu 2,296 lebih besar ( $>$ ) daripada nilai tabel yaitu 1,672.
2.	Ria Winarni	Pengaruh Komunikasi Persuasif dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam terhadap Konsentrasi Belajar Siswa Kelas X di SMK Sudirman Ungaran Tahun Ajaran 2015/2016	Variabel dependennya. Antara Ria dan peneliti sama-sama menggunakan variabel dependen komunikasi persuasif	Terletak pada variabel independennya. Penelitian Ria variabel independennya berupa konsentrasi belajar siswa, sedangkan penelitian peneliti adalah ibadah khalayak.	Ditemukan adanya pengaruh positif antara komunikasi persuasif guru dalam pembelajaran PAI terhadap konsentrasi belajar siswa. Dengan bukti nilai $r_{xy}$ hitung (0,47) $>$ nilai r tabel (0,456).
3.	Septian Hadi Rahmawan	Pengaruh Komunikasi Persuasif terhadap Kesadaran Pajak Pedagang di Pasar Rangkasbitung (Survei pada Program Sosialisasi PP No. 46 tahun 2013 terhadap Pedagang di Pasar Rangkasbitung)	Sama-sama meneliti tentang pengaruh komunikasi persuasif	Objek yang diteliti. Septian meneliti tentang kesadaran pajak pedagang di Pasar Rangkasbitung, sedangkan peneliti meneliti tentang peningkatan ibadah khalayak.	Terdapat pengaruh antara komunikasi persuasif terhadap kesadaran pajak pedagang di Pasar Rangkasbitung. Hal ini ditunjukkan dengan hubungan positif antara variabel X dan Y sebesar 26,4%. Sedangkan sisanya 73,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

Suber: Olahan Peneliti

## G. Landasan Teori

### 1. Komunikasi Persuasif

Komunikasi Persuasif berasal dari dua kata, yaitu komunikasi dan persuasif. Menurut Sholeh & Asep (2014:20) istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin *communicare* yang berarti “berpartisipasi”, “memberitahukan”, atau “menjadi milik bersama”. “menjadi milik bersama” dalam bahasa Inggris dapat diartikan sebagai “*common*”, yang artinya “biasa” atau “milik bersama”. Namun menurut para ahli komunikasi yaitu Schramm (1977), definisi komunikasi adalah “Proses penggunaan pesan oleh dua orang atau lebih yang semua pihak saling berganti dua peran, sebagai pengirim dan penerima pesan, sampai ada saling pemahaman atas pesan yang disampaikan oleh semua pihak”. Lain halnya dengan Shanon dan Weaver (1949), masih dalam definisi komunikasi, mereka berpendapat bahwa “komunikasi mencakup semua prosedur melalui pikiran seseorang yang dapat mempengaruhi orang lain”.

Sedangkan untuk pengertian persuasi, dalam Sholeh & Asep (2014:23) istilah persuasi (*persuasion*) bersumber dari perkataan Latin, *persuasio*, yang kata kerjanya adalah *persuader*, yang berarti membujuk, mengajak, atau merayu. Nothstine (1991) memberi batasan persuasi sebagai setiap usaha untuk mempengaruhi tindakan atau penilaian orang lain dengan cara berbicara atau menulis kepada mereka. Brembeck dan Howell (1952) mendefinisikan persuasi

sebagai usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan memanipulasikan motif orang ke arah tujuan yang sudah ditetapkan.

Jadi menurut Sholeh & Asep (2014:27), istilah komunikasi persuasi dapat dijabarkan dengan berbagai faktor. Faktor-faktor tersebut diantaranya:

*a. Kejelasan Tujuan*

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, tujuan komunikasi persuasif adalah untuk mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku audiens baik secara kognitif maupun afektif. Aspek kognitif berkaitan dengan kepercayaan (belief), ide dan konsep. Sedangkan aspek kognitif berkaitan dengan emosional audiens, dalam konteks ini adalah menggerakkan hati, menimbulkan perasaan tertentu, menyenangkan, dan menyetujui terhadap ide yang dikemukakan.

*b. Memikirkan Secara Cermat Orang-orang yang Dihadapi*

Dalam menyampaikan pesan komunikasi kepada komunikan, kita harus menyampaikannya secara efektif agar pesan itu dapat diterima oleh komunikan. Salah satu hal penting yang harus dipertimbangkan adalah keragaman dan kekompleksan audiens, seperti aspek demografis (umur, jenis kelamin, status sosial), jenis pekerjaan, suku bangsa, gaya hidup, dan lain-lain.

c. *Memilih Strategi yang Tepat, Sehubungan dengan Komunikasi*

Berhasil tidaknya suatu komunikasi persuasif juga tergantung pada pemilihan strategi yang tepat. Jadi kita juga harus memikirkan strategi yang tepat kepada audiens sesuai dengan situasi dan kondisi yang akan terjadi.

Dari penjelasan diatas, seperti yang ditulis dalam buku Sholih & Asep (2014:31) dapat disimpulkan bahwa ruang lingkup kajian komunikasi persuasif meliputi:

- a. Sumber, yaitu *persuader*.
- b. Pesan, yang dikemas secara sengaja untuk mempengaruhi.
- c. Saluran/media.
- d. Penerima, yaitu orang yang akan dipengaruhi (*persuadee*).
- e. Efek, yaitu adanya perubahan sikap, nilai-nilai, pendapat dan perilaku.
- f. Umpan balik.
- g. Konteks situasional.

## **2. Model Sederhana Komunikasi Persuasif**

Menurut Herbert W. Simons (Soleh & Asep, 2014: 2.10), proses komunikasi persuasif secara sederhana dibagi menjadi empat, yaitu : tahap pemahaman, tahap *encoding*, tahap *decoding*, dan tahap evaluasi.

**a. Pemahaman Pesan (*Conceiving the Message*)**

Sumber (A) dan penerima (B) disebut oleh Walter Lippman sebagai *pictures in their heads*, yang artinya citra (*images*) yang dibentuk dari pengalaman masa lalu yang secara bersama-sama terdapat dalam kerangka acuan (*frame of reference*) perhatian mereka. Dalam konsep dasar citra A, kepercayaan, nilai, maupun sikap merupakan subjek yang dikenalnya, yang diterima dari situasi, dari penerima, media yang tersedia, dan dari tujuannya sendiri, ketika A mengoperkannya kepada B.

**b. Menyandi Pesan (*Encoding the Message*)**

*Encoding* adalah proses pembedahan gambaran di “dalam kepala” ke dalam stimulus verbal atau nonverbal yang memungkinkan untuk dirasakan dan dimengerti orang lain.

**c. Pengkodean Kembali Pesan (*Decoding the Message*)**

Setelah B memahami stimulus yang diberikan oleh A, saatnya B untuk memberikan pengkodean pesan kembali kepada A. Yang artinya B dapat memilih apakah terpaan fisik dari pesan tersebut diterima atau tidak. B mungkin saja tidak mampu mendengar atau melihat stimulus, sebab adanya persaingan stimulus eksternal yang oleh beberapa teoritis disebut gangguan saluran (*noise channel*) atau disebabkan oleh gangguan psikologis (*psychological noise*) dalam sistem dirinya. Seringkali A dan B

memberikan penampilan pembicaraan dengan yang lain, tetapi benar-benar sibuk dalam proses potongan psikologis (*psychological by passing*). Hal ini dapat menyebabkan proses *decoding* (penyandian kembali) tidak akan sempurna.

**d. Tahap Evaluasi (*the Evaluative Stage*)**

B memiliki kerangka acuan yang terdiri atas kepercayaan, nilai, dan sikap yang dibentuk lebih awal daripada pesan A maka untuk tujuan analisis yang diberikan kejadian komunikasi, hal yang terpenting dari unsur-unsur dalam gambaran dunia B adalah citranya tentang subjek yang ada di dalamnya, sumber, medium dan tentang konteks situasional. Secara bersama-sama citra tersebut akan menentukan bagaimana B mengkode ulang pesan A, dan bagaimana ia akan mengevaluasi isi tersebut dalam hubungannya dengan pikiran dan perasaan yang ada dalam dirinya

**3. Unsur-unsur dalam Komunikasi Persuasif**

Berikut ini akan dijabarkan mengenai unsur-unsur dalam komunikasi persuasif (Soleh & Asep, 2014: 2.25):

**a. *Persuader***

*Persuader* adalah orang atau sekelompok orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku orang lain, baik secara verbal maupun non

verbal. Seorang *persuader* akan memiliki etos yang tinggi apabila ia memiliki hal-hal sebagai berikut.

- 1) Kesiapan untuk melakukan persuasi
- 2) Kesungguhan dalam melakukan komunikasi persuasi
- 3) Ketulusan *persuader* dalam menyampaikan pesan kepada *persuadee*
- 4) Kepercayaan diri atau *confidence* dari *persuader*
- 5) Ketenangan atau *poise*
- 6) Keramahan atau *friendship*
- 7) Kesederhanaan atau *moderation*

Keefektifan *persuader* dalam memberikan pesan tergantung pada kredibilitas (*credibility*) atau atraksi (*attractiveness*). Hal ini diungkapkan oleh Charles U. Larson dalam bukunya yang berjudul *Persuasion: Reception and Responsibility*. *Persuader* yang memiliki kredibilitas ataupun reputasi ternyata lebih dipercaya oleh khalayak. Contohnya iklan layanan masyarakat tentang bahaya rokok pesannya lebih dipercaya jika yang menyampaikan seorang dokter daripada disampaikan oleh seorang mahasiswa. Di sisi lain keaktratifan ataupun kharisma dari *persuader* juga mampu menarik perhatian khalayak. Contohnya jenis kelamin, wajah, usia, status sosial, karakter, dan lain sebagainya.

### **b. *Persuadee***

*Persuadee* adalah orang atau kelompok yang menjadi tujuan pesan itu disampaikan/disalurkan oleh *persuader* baik secara verbal maupun non verbal. Menurut Ma'rat (1982) dalam buku Soleh & Asep (2014: 2.31) menyatakan bahwa seorang penerima walaupun telah menerima pesan dari *persuader*, namun sikapnya belum tentu berubah. Hal ini ditentukan oleh faktor-faktor kepribadian dan pengalaman masa lalu. Faktor tersebut dapat berpengaruh terhadap kepercayaan penerima pada pesan dan sumber pesan, kemampuan penerima untuk berargumentasi terhadap pesan, motivasi penerima dalam mengubah dan tidak mengubah opini, serta bagaimana penerima dalam memandang dirinya sendiri.

### **c. Persepsi**

Persepsi, menurut Bruner dalam buku Sarwono (1984: 95), menuntut suatu pengambilan keputusan. Keputusan menentukan kategori kategori menentukan arti. Sebuah keputusan menyebabkan dibuatnya keputusan berikut, dan seterusnya sehingga suatu persepsi dapat terdiri atas serangkaian keputusan. Dalam rangkaian keputusan, terjadi penyempitan kategori secara bertahap sampai pada akhirnya objek yang dipersepsikan tersebut mendapat tempat yang tepat dalam sistem kategori seseorang.



#### **d. Pesan dan saluran**

##### **1) Pesan Persuasif**

Dalam konsep yang luas, pesan adalah segala sesuatu yang memberikan pengertian kepada penerima. Dalam hal ini termasuk kata-kata, gerak tubuh, nada suara, reaksi penerima terhadap isi pesan, media, sumber sebagai pribadi, terhadap tindakan atau ontindakan yang terjadi di dalam masyarakat (Soleh & Asep, 2014: 2.34).

##### **2) Saluran Persuasif**

Saluran merupakan perantara, ketika seorang *persuadee* mengoperkan kembali pesan yang berasal dari sumber awal untuk tujuan akhir. Salah satu potensi yang merugikan, yang bisa muncul dari saluran adalah pesan yang kita sampaikan mengalami distorsi sehingga pesan itu tidak pernah ditransmisikan kembali. Namun hal itu kadang pula dapat bermanfaat. (Simons, 1976, dalam Soleh & Asep, 2014: 2.36).

#### **e. Umpan balik dan efek**

##### **1) Umpan Balik Persuasif**

Wiener (1954) dalam Soleh & Asep (2014: 2.37) mendefinisikan umpan balik atau *feedback* sebagai “*metode*

*pengendalian suatu sistem dengan jalan memasukkan kembali ke dalamnya hasil pelaksanaan yang lalu”.*

## **2) Efek Persuasif**

Efek (*effect*) adalah perubahan yang terjadi pada diri komunikan sebagai akibat dari diterimanya pesan melalui proses komunikasi (Sastropoetro, 1988, dalam Soleh & Asep, 2104: 2.39). dalam komunikasi persuasif, terjadinya perubahan sikap, pendapat, maupun perilaku pada diri *persuadee* merupakan tujuan yang utama. Di sinilah letak yang membedakan antara komunikasi persuasif dengan komunikasi lainnya.

## **4. Televisi Sebagai Media Massa Elektronik**

Televisi merupakan salah satu media dalam komunikasi massa. Para ahli komunikasi berpendapat bahwa yang dimaksud dengan komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi melalui media massa, sebagaimana dicirikan : berlangsung satu arah, komunikatornya melembaga, pesannya bersifat umum, sasarannya menimbulkan keserempakan, dan komunikannya heterogen.

Sehubungan dengan pengertian televisi sebagai media massa elektronik, beberapa hal perlu dijelaskan sebagai berikut (Effendy, 1984: 24) :

### **a. Televisi, paduan faktor audio dan faktor video**

Televisi merupakan paduan audio dari segi penyiarannya (*broadcast*) dan video dari segi gambar Bergeraknya (*moving images*). Para pemirsa tidak akan mungkin menangkap siaran televisi kalau tidak ada prinsip-prinsip radio yang mentransmisikannya; dan tidak mungkin melihat gambar-gambar yang bergerak atau hidup, jika tidak ada unsur-unsur film yang memvisualisasikannya; jadi paduan audio dan video.

Istilah televisi terdiri dari perkataan “tele” yang berarti jauh dan “visi” (*vision*) yang berarti penglihatan. Segi “jauh”-nya ditransmisikan dengan prinsip-prinsip radio, sedangkan segi “penglihatan”-nya diwujudkan dengan prinsip-prinsip kamera sehingga menjadi gambar, baik dalam bentuk gambar hidup atau bergerak (*moving picture*), maupun gambar diam (*still picture*).

### **b. Fungsi Televisi Sebagai Media Massa**

Fungsi televisi sebagai media massa dibagi menjadi tiga, yaitu:

#### **1) Fungsi Penerangan (*The Information Function*)**

Dalam sejarah Amerika Serikat, masyarakat Amerika Serikat menaruh perhatian besar terhadap televisi karena televisi dianggapnya sebagai media yang mampu

menyiarkan informasi yang amat memuaskan. Hal ini disebabkan dua faktor, pertama adalah faktor “*immediacy*” dan kedua faktor “*realism*”.

*Immediacy* mencakup pengertian langsung dan dekat. Peristiwa yang disiarkan oleh stasiun televisi dapat dilihat dan didengar oleh para pemirsa pada saat peristiwa itu berlangsung. Sedangkan *realism* mengandung makna kenyataan. Ini berarti bahwa stasiun televisi menyiarkan informasinya secara audio dan visual dengan perantara mikrofon dan kamera apa adanya sesuai dengan kenyataan.

## **2) Fungsi Pendidikan (*The Educational Function*)**

Sesuai dengan makna pendidikan, yakni meningkatkan pengetahuan dan penalaran masyarakat, stasiun televisi menyiarkan acara-acara tertentu secara teratur, misalnya pelajaran bahasa, matematika, elektronika, dan lain-lain.

## **3) Fungsi Hiburan (*The Entertainment Function*)**

Di kebanyakan negara, terutama yang masyarakatnya bersifat agraris, fungsi hiburan yang melekat pada televisi tampaknya dominan. Sebagian besar

dari alokasi waktu masa siaran diisi oleh acara-acara hiburan.

Akibat dari pengaruh besarnya terpaan televisi sebagai fungsi hiburan ini, melalui poll yang dilakukan oleh *American Institute of Public Opinion*, membongkar suatu fakta bahwa hal tersebut mengakibatkan jumlah pembaca buku menurun. Jumlah lulusan Sekolah Lanjutan Tingkat Atas yang tidak lagi membaca buku tercatat 47%.

## **5. Ibadah**

### **a. Pengertian Ibadah**

Dalam Sahriansyah (2014:5) ibadah merupakan suatu usaha kita untuk mendekatkan diri kepada Allah. Ibadah adalah suatu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh semua umat manusia untuk menyembah kepada Allah yang didasari pada perasaan syukur atas semua nikmat yang telah dikaruniakan-Nya, serta untuk memperoleh keridhaan Allah dengan cara menjalankan segala perintah-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya.

Secara etimologis, ibadah berasal dari bahasa Arab yaitu **عبادة-يعبد-عبد** yang artinya melayani, patuh, tunduk. Sedangkan menurut terminologis ialah sebutan yang mencakup seluruh apa yang dicintai dan diridhai Allah SWT, baik berupa ucapan atau perbuatan, yang dzahhir maupun yang batin.

Ibadah dalam Islam dibagi menjadi 2 macam yaitu ibadah mahdhah dan ibadah ghairu mahdhah.

### 1) Ibadah Mahdhah

Ibadah mahdhah atau ibadah khusus adalah ibadah yang tingkat, tata cara, dan perincian-perinciannya sudah ditetapkan Allah. Contohnya adalah ibadah puasa. Menurut Hasan Muhammad Ayyub (1974, dalam Tim Dosen UNISSULA, 2015: 113), puasa adalah:

الإِمْسَاكُ عَنْ كُلِّ شَيْءٍ يُعْتَبَرُ مَفْطَرًا مِنْ طُلُوعِ الْفَجْرِ إِلَى غُرُوبِ الشَّمْسِ مَعَ نِيَّةِ الصَّوْمِ.

*“Puasa adalah menahan diri dari segala sesuatu yang dianggap membatalkan, mulai dari terbit fajar sampai dengan terbenam matahari dengan disertai niat puasa”.*

Dari dalil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa ibadah puasa merupakan suatu ibadah yang tata caranya sudah ditentukan oleh Allah, yaitu menahan diri dari suatu yang membatalkan puasa mulai dari terbitnya matahari hingga terbenamnya matahari.

Jenis ibadah lain yang termasuk mahdhah adalah : Wudhu, Tayammum, Hadats, Shalat, Haji, Umrah. Ibadah mahdhah mempunyai 4 prinsip, diantaranya:

- a) Keberadaannya harus/wajib hukumnya berdasarkan dengan al-Quran dan al-Sunnah, tidak boleh berdasarkan *ro'yu* atau akal pikiran manusia.
- b) Tatacaranya harus sesuai dengan yang dicontohkan Rasulullah saw.
- c) Bersifat supra rasional (diatas jangkauan akal). Karena ketaatan seorang hamba bukan diukur dari seberapa pandainya ia berlogika, akan tetapi kepasrahannya untuk mengikuti segala perintah-Nya walaupun itu diluar jangkauan akal.
- d) Azaznya “taat”. Allah memerintahkan kita untuk beribadah bukan karena tidak ada manfaatnya. Melainkan kita ibadah karena kebutuhan kita sendiri untuk meraih ridhonya Allah di dunia dan di akhirat.

## 2) Ibadah Ghairu Mahdhah

Ibadah ghairu mahdhah atau umum ialah segala amalan selain ibadah mahdhah, yang dapat mendatangkan manfaat dan pahala. Salah satu contoh ibadah ghairu mahdhah adalah menjalin silaturahmi. Dalam Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 1 telah dijelaskan bahwa:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا  
زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ  
بِهِ وَالْأَرْحَامَ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا ﴿١﴾

*“Hai sekalian manusia, bertakwalah kepada Tuhan-mu yang telah menciptakan kamu dari diri yang satu, dan daripadanya Allah menciptakan isterinya; dan daripada keduanya Allah memperkembang biakkan laki-laki dan perempuan yang banyak. Dan bertakwalah kepada Allah yang dengan (mempergunakan) nama-Nya kamu saling meminta satu sama lain, dan (peliharalah) hubungan silaturahmi. Sesungguhnya Allah selalu menjaga dan mengawasi kamu.” ( QS. An-Nisa: 1 )*

Dari dalil diatas dijelaskan bahwa kita diperintahkan oleh Allah untuk bertakwa kepada Allah dengan cara menjalin silaturahmi kepada sanak, saudara, keluarga, kerabat, maupun tetangga. Dalil tersebut bukanlah merupakan ibadah yang wajib dilaksanakan, namun apabila kita dapat melaksanakannya, maka kita akan mendapat pahala dari Allah.

Contoh lain dari ibadah ghairu mahdhah adalah: belajar, dzikir, berdakwah, tolong menolong, dan lain sebagainya. Prinsip dalam ibadah ghairu mahdhah ada 4, diantaranya:

- a) Keberadaannya didasarkan atas tidak adanya dalil yang melarang. Selama tidak diharamkan oleh Allah, ibadah ini boleh dikerjakan.
- b) Tatalaksananya tidak perlu berpola pada contoh Rasul.



- c) Bersifat rasional. Ibadah ini bisa dikerjakan dengan mempertimbangkan akal logika, selama tidak menentang peraturannya Allah dan Rasul.
- d) Azasnya “manfaat”. Selama itu bermanfaat, maka ibadah itu boleh dilakukan.

## **b. Prinsip-prinsip Ibadah**

Menurut Didiek Ahmad Supadie (2015: 29), prinsip-prinsip ibadah meliputi sebagai berikut:

### **1) Hanya Allah yang Berhak Disembah**

Sebagai konsekuensi agama tauhid, Islam mengajarkan bahwa hanya Allah lah yang patut diibadahi atau disembah.

Sebagaimana difirmankan Allah dalam surat An-Nisa [4]: 36.

وَأَعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا ...

*Sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatu ...*

### **2) Ibadah Tanpa Perantara**

Dalam beribadah kepada Allah, seorang muslim wajib beribadah tanpa melalui perantara. Tidak membutuhkan orang atau lembaga tertentu untuk menghubungkan dan menyampaikan ibdahanya kepada Allah Swt. Para ahli agama

hanya berfungsi sebagai pengajar dan penunjuk bagi umat Muslim.

### 3) Ibadah Pelaksanaannya Sangat Mudah dan Ringan

Allah itu sangat Pemurah dan Penyayang kepada hamba-Nya, sehingga Allah tidak pernah memberatkan hamba-Nya untuk beribadah kepada-Nya. Contohnya adalah shalat. Sholat itu tidak membutuhkan waktu dan tenaga yang banyak. Sehari hanya dilaksanakan sebanyak lima kali, dan membutuhkan waktu beberapa menit saja. dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah [2]: 185, Allah menegaskan:

... يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ ...

*... Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran bagimu ...*

### 4) Pelaksanaan Ibadah Harus Dilakukan dengan Ikhlas

Allah tidak menerima ibadah seorang hamba-Nya berdasarkan fisik, kekayaan, ataupun status, melainkan berdasarkan niat dan keikhlasan hati hamba tersebut.

### 5) Ibadah Sesuai dengan Ketentuan Allah dan Rasul-Nya

Pada dasarnya hal pokok dalam beribadah itu adalah mentaati perintah Allah dan Rasul, dan menjauhi larangan-larangan-Nya. Islam mengajarkan bahwa tindakan seseorang

yang membuat aturan ibadah yang tidak sesuai dengan tuntunan Allah dan Rasul, maka ibadah itu dihukumi bid'ah dan amalannya ditolak atau tidak diterima.

Salah satu Hadis Nabi menjelaskan:

مَنْ عَمِلَ عَمَلًا لَيْسَ عَلَيْهِ أَمْرُنَا فَهُوَ رَدٌّ  
(رواه البخاري و مسلم)

“Barangsiapa mengerjakan suatu amalan (ibadah) yang tidak sesuai dengan perintahku, maka amalan itu ditolak”.  
(HR A-Bukhori dan Muslim)

#### 6) Adanya Keseimbangan Jasmani dan Rohani

Allah tidak memerintahkan hamba-Nya untuk terus beribadah kepada-Nya tapi melalaikan aktivitas duniawinya. Sebagai seorang Muslim harus pandai membagi waktu antara bekerja dan beribadah. Jangan hanya beribadahnya saja yang dimaksimalkan tetapi perkerjaannya ditelantarkan. Atau malah sebaliknya, jangan hanya bekerja terus sampai-sampai melalaikan ibadahnya.

#### c. Bentuk-bentuk Ibadah

##### 1) Shalat

Shalat menurut arti bahasa الدعاء (do'a) atau التعظيم

(at-ta'dzim) dan sholat menurut terminologi adalah; ibadah

yang terdiri dari ucapan-ucapan dan perbuatan-perbuatan tertentu yang dimulai dengan *takbiratul ihram* (*Allahu Akbar* = Allah Maha Besar) dan diakhiri dengan salam (*assalamu'alaikum warohmatullahi wabarokaatuh* = salam sejahtera bagimu) dengan syarat-syarat tertentu. Shalat juga berarti doa untuk mendapatkan kebaikan atau shalawat bagi Nabi Muhammad Saw. (Tim Dosen UNISSULA, 2015: 65).

Shalat mempunyai kedudukan yang penting dalam Islam dan merupakan fondasi yang kokoh bagi tegaknya agama Islam. Hal ini digambarkan oleh Rasulullah Saw. dalam hadis yang artinya: "*shalat itu tiangnya agama. Barang siapa yang menegakkan shalat maka ia telah menegakkan agama, dan barang siapa yang meninggalkan shalat berarti ia telah meruntuhkan fondasi agama*". Ibadah shalat harus dikerjakan oleh setiap orang Islam tepat pada waktunya, dimanapun, dan bagaimanapun keadaannya.

## 2) Berdoa

Pengertian doa berasal dari bahasa Arab *da'a*, *yad'u*, *du'aan* yang artinya permohonan atau permintaan. Doa merupakan suatu bentuk ibadah dengan melahirkan kerendahan hati dihadapan Allah Yang Maha Tinggi dan Mulia serta memohon bantuan dan pertolongan-Nya.

Adapun dalil yang menjelaskan tentang pentingnya berdoa adalah sebagai berikut:

الدُّعَاءُ مُخُّ الْعِبَادَةِ (رواه ابن حبان و الترميذی)

“Doa itu adalah otaknya ibadah”. (HR Ibnu Hibban dan at-Tirmidzi)

مَنْ لَمْ يَسْتَلِ اللَّهَ يَغْضَبْ عَلَيْهِ (رواه الترميذی)

“Barangsiapa yang tidak berdoa kepada Allah akan mendapatkan murka-Nya”. (HR at-Tirmidzi)

### 3) As-Saum (Puasa)

Pengertian puasa menurut Hasan Muhammad Ayyub (1974, dalam Tim Dosen UNISSULA, 2015: 113) adalah:

الْإِمْسَاكُ عَنْ كُلِّ شَيْءٍ يُعْتَبَرُ مَفْطَرًا مِنْ طُلُوعِ الْفَجْرِ إِلَى غُرُوبِ الشَّمْسِ مَعَ نِيَّةِ الصَّوْمِ.

“Puasa adalah menahan diri dari segala sesuatu yang dianggap membatalkan, mulai dari terbit fajar sampai dengan terbenam matahari dengan disertai niat puasa”.

Firman Allah dalam surat Al-Baqarah [2]: 183 menyebut tujuan puasa adalah takwa. Takwa dalam bahasa Indonesia berarti menjaga atau memelihara diri. Sedangkan menurut terminologi takwa berarti menjaga atau memelihara diri agar terbebas dari azab, siksa, laknat Allah Swt. Seorang yang mampu menunda kebutuhannya biologisnya dengan cara berpuasa, berarti ia mampu mengendalikan diri. Seperti yang

telah dijelaskan sebelumnya bahwa inti dari berpuasa adalah untuk memperoleh pengendalian diri. Orang yang mampu mengendalikan diri pasti akan terpelihara dirinya.

#### 4) Zakat

Ditinjau dari segi etimologi (bahasa) kata zakat adalah kata dasar (masdar) dari *zaka* yang berarti berkah, tumbuh, bersih, dan baik. Sesuatu itu *zaka* berarti tumbuh dan berkembang, dan seorang itu *zaka* berarti orang itu baik. Sedangkan zakat dari segi terminologi (istilah fikih) adalah: *“sejumlah harta tertentu yang diwajibkan oleh Allah Swt. untuk diserahkan kepada orang-orang yang berhak menerimanya”*. (Zamakhsyari, Alfaiq, I: 536 dalam Tim Dosen UNISSULA, 2015: 159)

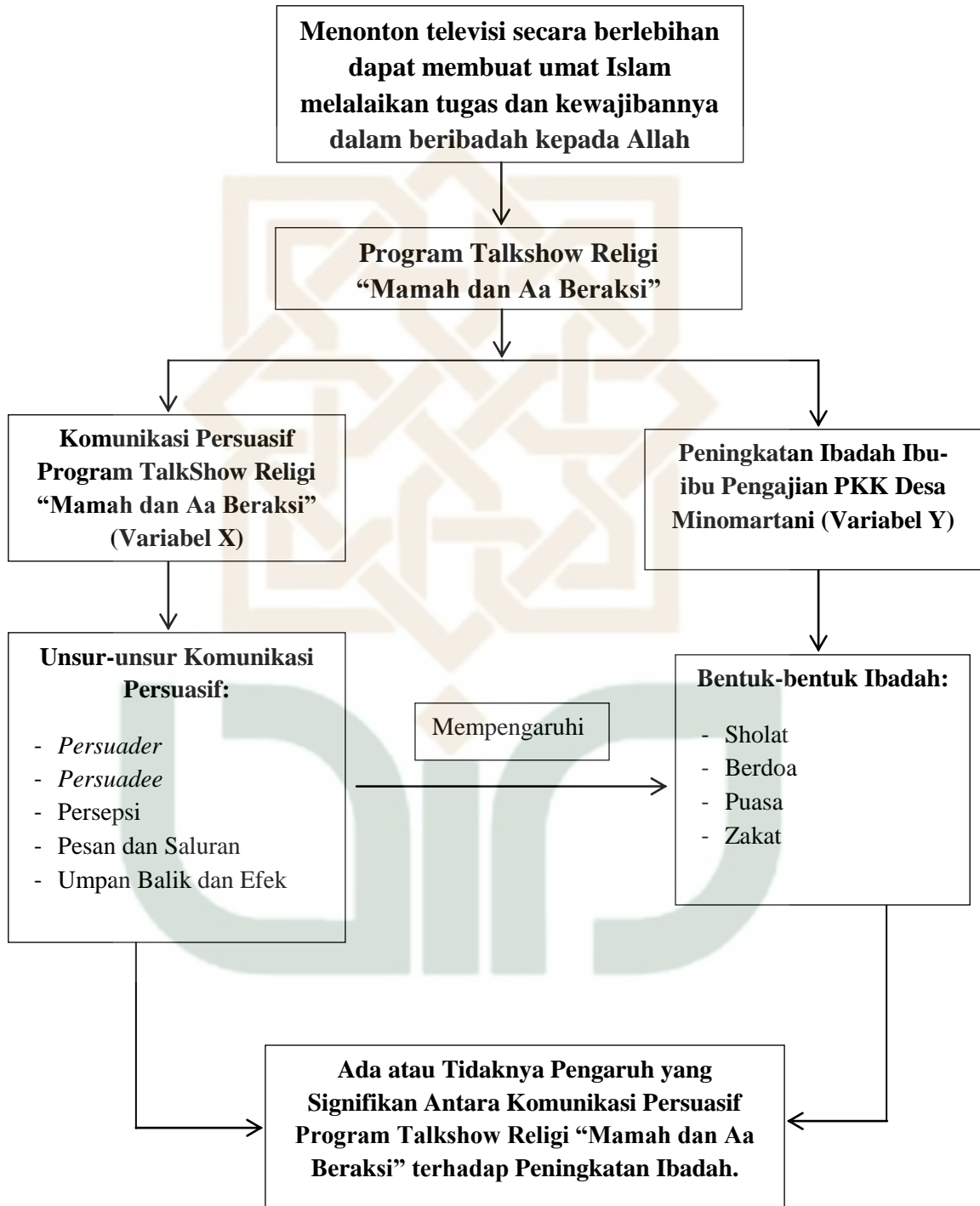
Dasar hukum tentang zakat terdapat dalam surat at-Taubah [9]: 103 yang berbunyi:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا ... (١٠٣)

*“Pungutlah sedekah (zakat) dari kekayaan mereka, kamu bersihkan dan sucikan mereka dengan zakat itu”*.

## H. Kerangka Pemikiran

Bagan 1  
Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan peneliti

## **I. Metode Penelitian**

### **1. Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan desain deskriptif kuantitatif. Penelitian yang bersifat deskriptif adalah dengan memberikan gambaran fenomena yang diamati dengan lebih detail misalnya disertai data numerik, karakteristik, dan pola hubungan antar variabel (Agus & Ratih, 2017: 32). Sedangkan penelitian kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan, dan tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis (Kriyantono, 2009: 55).

### **2. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional**

#### **a. Definisi Konseptual**

Definisi konseptual secara mudah bisa dipahami sebagai definisi yang ditemukan di kamus (dictionary definition) (Agus & Ratih, 2017: 18).

#### **1) Komunikasi Persuasif (variabel bebas/variabel X)**

Komunikasi persuasif adalah komunikasi dengan tujuan persuasi, yaitu membujuk dan mempengaruhi komunikan sesuai dengan yang dikehendaki *persuader*. Dibandingkan dengan komunikasi informatif, komunikasi persuasif lebih sulit, sebab komunikasi informatif hanya bertujuan untuk



memberitahu, sedangkan komunikasi persuasif bertujuan mengubah sikap, pendapat, dan perilaku. (Effendy, 2004: 21)

## **2) Ibadah (variabel terkontrol/variabel Y)**

Pengertian ibadah menurut Sahriansyah (2014: 5) merupakan suatu usaha kita untuk mendekatkan diri kepada Allah yang didasari pada perasaan syukur atas semua nikmat yang telah dikaruniakan-Nya, serta untuk memperoleh keridhaan Allah dengan cara menjalankan segala perintah-Nya dan menjauhi segala larangan-Nya.

### **b. Definisi Operasional**

Agar suatu konsep dapat diobservasi dan diukur, maka harus didefinisikan secara operasional. Definisi operasional ini dimaksudkan untuk memberikan rujukan-rujukan empiris apa saja yang dapat ditemukan di lapangan untuk menggambarkan secara tepat konsep yang dimaksud sehingga konsep tersebut dapat diamati dan diukur (Agus & Ratih, 2017: 18).

Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

Tabel 2

## Definisi Operasional

No.	Variabel	Indikator	Item Pernyataan
1.	<b>Komunikasi Persuasif</b> (Variabel X)	<i>Persuader</i>	Mamah Dedeh selaku narasumber dalam program talkshow dapat menguasai materi yang sedang dibahas.
			Mamah Dedeh dapat menguasai teknik <i>public speaking</i> dan dapat meyakinkan pemirsa.
			Kalimat yang disampaikan Mamah Dedeh jelas dan mudah dipahami.
			Pembahasan masalah diberikan secara runtut dan teratur.
			Mamah Dedeh tanggap dalam menjawab pertanyaan dari penonton.
			Mamah Dedeh mempunyai kredibilitas yang tinggi dan dapat dipercaya.
		<i>Persuadee</i>	Saya selalu mengikuti kajiannya.
		Persepsi	Acara Talkshow religi ini lebih berkualitas daripada acara talkshow religi lainnya
		Pesan dan Saluran	Pesan yang disampaikan sesuai dan tidak melenceng dari tema.
			Pembahasannya sesuai dengan agama Islam.
			Program ini dikemas secara menarik.
			Nasihatnya dapat dipraktekkan dalam kehidupan sehari-hari.
			Penjelasan yang disampaikan Mamah Dedeh dapat diterima secara akal.
		Umpan balik dan	Tayangan ini dapat membuat Saya menjadi pribadi yang lebih baik

		efek	Saya selaku penonton program ini selalu mengikuti/mempraktekkan nasihat yang diberikan Mamah Dedeh.
2.	<b>Ibadah (Variabel Y)</b>	Sholat	Dalam beribadah sholat, Saya selalu mengerjakannya dengan tepat waktu.
			Saya selalu menjaga tumakninah dalam sholat.
			Saya selalu sholat berjamaah.
			Saya mengerjakan ibadah sholat dengan khusuk.
			Tayangan Mamah Dedeh dapat meningkatkan kualitas ibadah sholat Saya.
			Saya selalu meminta pertolongan/petunjuk dari Allah ketika saya merasa kesusahan dengan cara berdoa.
		Berdoa	Saya selalu menyempatkan untuk berdoa di tengah-tengah kesibukan Saya.
			Berdoa dapat membuat hati Saya menjadi lebih tenang dan lebih lega.
			Tayangan Mamah Dedeh dapat meningkatkan kualitas berdoa Saya.
			Saya mengerjakan puasa Ramadhan dengan tertib.
		Puasa	Saya sering mengerjakan puasa sunnah.
			Saya selalu menahan dan mengendalikan emosi ketika sedang berpuasa.
			Saya selalu menjauhi hal-hal yang dapat membatalkan puasa.
			Tayangan Mamah Dedeh dapat meningkatkan kualitas ibadah puasa Saya.

			Saya selalu menyisihkan harta Saya untuk zakat/sedekah.
			Saya sering berpartisipasi dalam zakat pembangunan infrastruktur masjid atau kegiatan keagamaan.
		Zakat	saya berpendapat bahwa harta yang telah saya sedekahkan akan diganti yang lebih baik oleh Allah.
			Harta yang Saya dapat bermanfaat bagi umat Islam dan Agama Islam.
			Saya ikhlas dalam memberikan zakat/sedekah.
			Tayangan Mamah Dedeh dapat meningkatkan kualitas sedekah/zakat Saya.

Sumber: Olahan peneliti

### 3. Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Sugiyono (2002: 55) dalam Kriyantono (2009: 151) menyebut populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh periset untuk dipelajari, kemudian ditarik suatu kesimpulan.

Populasi dari penelitian ini adalah ibu-ibu pengajian PKK Desa Minomartani, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta yang berjumlah 39 orang.

## **b. Sampel**

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *total sampling*. Teknik *total sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan mengambil seluruh anggota populasi sebagai responden atau sampel dikarenakan jumlah populasi yang kecil. Dengan demikian jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 39 orang.

## **4. Metode Pengumpulan Data**

### **a. Kuesioner (Angket)**

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa kuesioner. Kuesioner atau angket adalah daftar pertanyaan yang harus diisi responden agar periset bisa mengumpulkan informasi yang lengkap mengenai suatu masalah (Kriyantono, 2009: 95).

### **b. Studi Pustaka**

Studi pustaka dapat dijadikan sebagai metode pengumpulan data karena dengan studi pustaka peneliti dapat mengetahui teori-teori yang mempunyai kaitan dengan permasalahan yang akan dibahas.

## 5. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen data pada penelitian ini menggunakan tipe skala Likert yang bertujuan untuk mengukur sikap seseorang tentang suatu objek sikap. Setiap pertanyaan dari kuesioner/angket akan dihubungkan dengan jawaban yang berupa dukungan atau pernyataan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata (Kriyantono, 2009: 137). Penelitian ini menggunakan lima kategori jawaban yaitu: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Cukup Setuju (CS), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Kemudian kategori tersebut akan diberi skor, yaitu:

- |                              |               |   |
|------------------------------|---------------|---|
| a. Sangat Setuju (SS)        | mendapat skor | 5 |
| b. Setuju (S)                | mendapat skor | 4 |
| c. Cukup Setuju (CS)         | mendapat skor | 3 |
| d. Tidak Setuju (TS)         | mendapat skor | 2 |
| e. Sangat Tidak Setuju (STS) | mendapat skor | 1 |

## 6. Jenis Data

### a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan (Kriyantono, 2009: 41). Sumber data primer yang akan peneliti gunakan adalah berupa hasil olahan pengisian kuesioner responden ataupun dokumentasi foto kegiatan.

## **b. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Data sekunder ini bukan merupakan hasil olahan peneliti sendiri. Data ini didapatkan dari catatan kependudukan, berita mengenai permasalahan yang sedang dibahas, tabel atau grafik yang didapatkan dari buku, dan lain sebagainya.

## **7. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**

### **a. Uji Validitas**

Uji validitas merupakan suatu alat ukur tes dalam kuesioner. Validitas artinya sejauh mana tes dapat mengukur dengan tepat dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya (Singarimbun dalam buku Sunyoto, 2014: 114). Adapun rumusnya adalah sebagai berikut.

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

$r$  = koefisien korelasi antara variabel X dan Y

X = variabel bebas

Y = variabel terikat

Menggunakan  $\alpha = 0,05$  (5%) diketahui  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka status kuesioner adalah gugur.  
(Hadi, 1993: 64 dalam Sunyoto, 2014: 115).

#### **b. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Dalam penelitian ini menggunakan rumus Alpha, (Arikunto, 1989: 164 dalam buku Sunyoto, 2014: 115), yang akan dijabarkan di bawah ini:

$$r_{n=\left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1-\frac{\sum ab^2}{ab^2}\right]}$$

### **8. Metode Analisis Data**

#### **a. Analisis Regresi Linier Sederhana**

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. Regresi linier sederhana adalah metode statistik untuk melakukan prediksi tinggi rendahnya kecenderungan variabel independen, yang bergejala interval atau rasio berdasar satu variabel dependen yang menjadi interval atau rasio yang sudah diketahui (Suseno, 2012: 151). Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana untuk menduga besarnya koefisien regresi. Koefisien



regresi inilah yang menunjukkan besarnya pengaruh antara dua variabel, yaitu satu variabel dependen dan satu variabel independen. Peneliti menggunakan bantuan SPSS *Statistic* 17.0 untuk mendapatkan hasil yang lebih terarah. Model persamaan regresi linier sederhana dihitung menggunakan rumus:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksi

a = harga Y ketika X = 0 (harga konstan)

b = angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen. Bila (+) arah garis naik, dan bila (-) maka arah garis turun.

X = subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka peneliti menarik beberapa kesimpulan dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Komunikasi Persuasif Program Talkshow Religi di Televisi terhadap Peningkatan Ibadah (Analisis Regresi Linear Sederhana pada Ibu-ibu Pengajian PKK Desa Minomartani, Sleman, Yogyakarta dalam Tayangan “Mamah dan Aa Beraksi”, diantaranya:

1. Adanya pengaruh yang signifikan antara Komunikasi Persuasif program televisi Mamah dan Aa Beraksi (Variabel X) terhadap Peningkatan Ibadah Ibu-ibu pengajian PKK Desa Minomartani (Variabel Y). Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0,00 lebih kecil < dari nilai probabilitas 0,05.
2. Berdasarkan hasil pembahasan dari koefisien determinasi menunjukkan nilai R square sebesar 0,393. Angka tersebut menunjukkan bahwa Komunikasi Persuasif berpengaruh sebesar 39,3% terhadap peningkatan ibadah. Sementara sisanya, yaitu 60,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3. Peningkatan ibadah dalam diri seseorang juga dipengaruhi oleh faktor motivasi. Tiga hal yang dapat menyebabkan timbulnya motivasi dalam diri seseorang adalah pencapaian tujuan, usaha dalam mencapai tujuan, dan kebutuhan yang harus terpenuhi.

## **B. Saran**

Adapun saran-saran yang dapat peneliti berikan terkait dengan pembahasan ini adalah:

1. Hendaknya pihak stasiun televisi memasyarakatkan program atau tayangan yang mendidik bagi pemirsa.
2. Para perancang program televisi hendaknya mempertimbangkan nilai moral yang terdapat pada program tersebut sebelum mulai menyiarkannya kepada pemirsa.
3. Pemerintah supaya memberikan contoh yang baik kepada praktisi media televisi dan masyarakat yang tujuannya agar kualitas suatu program televisi berbanding lurus dengan kuantitas penonton. Artinya semakin baik program televise, semakin banyak pula penontonya.
4. Peraturan tentang pelanggaran-pelanggaran televisi beserta hukumannya supaya ditegakkan lagi.
5. Para akademisi supaya turut andil dalam menerdaskan masyarakat, khususnya menggencarkan program literasi media. Agar masyarakat

semakin bertambah wawasannya mengenai tayangan televisi dan dapat memilih menonton tayangan yang berkualitas.

6. Masyarakat hendaknya tidak merasa cepat puas pada pengetahuan agama yang telah dimiliki. Seringlah bertanya pada ustadz/mubaligh yang faham tentang ilmu agama dan seringlah mengikuti pengajian yang tidak sebatas acara arisan saja.



## DAFTAR PUSTAKA

### AL-QUR'AN

Al-Qur'an dan Terjemahannya. Diterjemahkan oleh Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Qur'an. Jakarta: Departemen Agama RI.

### KAMUS

Poerwadarminta, W. J. S. 1984. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka

### BUKU

Agus, Erwan dan Ratih, Dyah. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik dan Masalah-masalah Sosial*. Yogyakarta: Gava Media.

Alimuddin Unde, Andi. *Televisi dan Masyarakat Pluralistik*. 2015. Jakarta: Prenada Media.

Ardianto, Elvinaro dan Erdinaya, Lukianti Komala. 2004. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama.

Arifin, Eva. 2010. *Broadcasting; To Be Broadcaster*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Effendy, Onong Uchjana. 1984. *Televisi Siaran; Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Rosdakarya.

Effendy, Onong Uchjana. 2004. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Rosdakarya.

Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media.

Manshur, Awadl. 1993. *Televisi: Manfaat dan Mudharat*. Jakarta: Fikahati Aneska.

Mc Quail, Dennis (diterjemahkan oleh Agus Dharma dan Aminuddin Ram). 1996. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga.

Morissan. 2011. *Manajemen Media Penyiaran; Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana.

Qardhawi, Yusuf. 1991. *Konsep Ibadah dalam Islam*. Surabaya: Central Media.

Siagian, Sondang P..2012. *Teori Motivasi dan Aplikasinya*.Jakarta: PT RINEKA CIPTA.

Soemirat, Sholeh., dan Suryana, Asep. 2012. *Komunikasi Persuasif*. Banten: Penerbit Universitas Terbuka

Sumadiria, Haris. 2014. *Sosiologi Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Sunyoto, Danang. 2014. *Praktek Riset Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.

Suseno, Miftahun Ni'mah. 2012. *Teori dan Apikasi untuk Penelitian Ilmu Sosial dan Humaniora*. Cet. 1. Yogyakarta: Ash-Shaff.

Tim Dosen Pendidikan Agama Islam UNISSULA. 2015. *Studi Islam II*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

### **SKRIPSI**

Winarni, Ria. 2015. "Pengaruh Komunikasi Persuasif dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Terhadap Konsentrasi Belajar Siswa Kelas X di SMK Islam Sudirman Ungaran Tahun Pelajaran 2015/2016 ". Skripsi. Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan. Institut Agama Islam Negeri Salatiga, Salatiga.

Lismaiyah. 2009. "Pengaruh Menonton Acara Mamah dan Aa di Indosiar terhadap Pemahaman Keagamaan Masyarakat Kecamatan Wedung Kabupaten Demak". Skripsi. Fakultas Dakwah. Institut Agama Islam Negeri Walisongo, Semarang.

Rahmawan, Septian Hadi. 2014. "Pengaruh Komunikasi Persuasif terhadap Kesaadaran Pajak Pedagang di Pasar Rangkasbitung (Survei pada Program Sosialisasi PP No. 46 Tahun 2013 terhadap Pedagang di Pasar Rangkasbitung)". Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Banten.

### **JURNAL**

Marfuah Sri Sanistyastuti 2014. "Literasi Media: Upaya Menyikapi Tayangan Televisi". Jurnal Komunikasi PROFETIK. Hal 25 – 32.

Fatma Laili Khoirun Nida 2014. "Persuasi dalam Media Komunikasi Massa". Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, AT-TABSIR. Hal 77 – 95.

### **INTERNET**

Haditsarbain. 2007. “Hadits Ketiga Puluh Empat: Amar Ma’ruf Nahi Munkar”.  
<https://haditsarbain.wordpress.com/2007/06/09/hadits-34-amar-maruf-nahi-munkar/>

Gupong Group. 2015. “Al’Quran dan Hadis Komunikasi Komunikator”.  
<http://blogpenahitam.blogspot.co.id/2015/09/alquran-dan-hadis-komunikasi-komunikator.html>

Mochamad Rofik. 2015. “Hidup dalam Persuasi Media”.  
<http://www.umm.ac.id/en/opini/hidup-dalam-persuasi-media.html>

Robertus Didik Kurniawan. 2017. “Acara Apa yang Paling Diminati Penonton Televisi? Ini Hasil Survei Komisi Penyiaran Indonesia”.  
<http://lampung.tribunnews.com/2017/11/23/acara-apa-yang-paling-diminati-penonton-televisi-ini-hasil-survei-komisi-penyiaran-indonesia>

Dwi Erianto. 2016. “Survei Litbang Kompas: Televisi, Dua Sisi Mata Uang”.  
<https://nasional.kompas.com/read/2016/03/30/05374961/Survei.Litbang.Kompas.Televisi.Dua.Sisi.Mata.Uang.html>



Ibu dan Saudari yang saya hormati,

Saya mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga. Dalam hal ini saya sedang mengadakan penelitian Tugas Akhir. Penelitian ini berkaitan dengan pengaruh komunikasi persuasif program Mamah dan Aa di Indosiar terhadap peningkatan ibadah penontonnya. Oleh karena itu saya mengharapkan partisipasi dan kesediaan Ibu dan Saudari untuk memberikan pendapat tentang masalah tersebut dengan mengisi kuesioner yang telah disediakan.

Atas bantuan, kesediaan waktu, serta kerjasamanya Saya ucapkan Terimakasih.

---

### **BAGIAN I Karakteristik Responden**

1. Nama :
2. Usia :
  - a. < 20 tahun
  - b. 20 – 29 tahun
  - c. 30 – 39 tahun
  - d. > 40 tahun
3. Pekerjaan :
  - a. Pelajar/mahasiswa
  - b. Wiraswasta
  - c. Pegawai Negeri
  - d. Pegawai Swasta
  - e. Lainnya, yaitu.....
4. Pendapatan Perbulan :
  - a. < Rp 1.500.000
  - b. Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000
  - c. Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000
  - d. > Rp 3.000.000



## BAGIAN II Kuesioner

**Petunjuk pengisian:** Berikanlah tanda *check list* (v) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan penilaian Anda. Kriteria penilaiannya adalah sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

CS : Cukup Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

### I. Komunikasi Persuasif

No.	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1.	Mamah Dedeh selaku narasumber dalam program talkshow dapat menguasai materi yang sedang dibahas.					
2.	Mamah Dedeh dapat menguasai teknik <i>public speaking</i> dan dapat meyakinkan pemirsa.					
3.	Kalimat yang disampaikan Mamah Dedeh jelas dan mudah dipahami.					
4.	Pembahasan masalah diberikan secara runtut dan teratur.					
5.	Mamah Dedeh tanggap dalam menjawab pertanyaan dari penonton.					
6.	Mamah Dedeh mempunyai kredibilitas yang tinggi dan dapat dipercaya.					
7.	Pesan yang disampaikan sesuai dan tidak melenceng dari tema.					
8.	Penjelasan yang disampaikan Mamah Dedeh dapat diterima secara akal.					
9.	Pembahasannya sesuai dengan agama Islam.					
10.	Kajiannya menarik untuk diikuti.					
11.	Nasihatnya dapat dipraktekkan dalam kehidupan sehari-hari.					
12.	Acara Talkshow religi ini lebih berkualitas daripada acara talkshow religi lainnya.					

13.	Program ini dikemas secara menarik.					
14.	Saya selaku penonton program ini selalu mengikuti/mempraktekkan nasihat yang diberikan Mamah Dedeh.					
15.	Tayangan ini dapat membuat Saya menjadi pribadi yang lebih baik					

## II. Peningkatan Ibadah

No.	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1.	Dalam beribadah sholat, Saya selalu mengerjakannya dengan tepat waktu.					
2.	Saya selalu menjaga tumakninah dalam sholat.					
3.	Saya selalu sholat berjamaah.					
4.	Saya mengerjakan ibadah sholat dengan khusuk.					
5.	Tayangan Mamah Dedeh dapat meningkatkan kualitas ibadah sholat Saya.					
6.	Saya selalu meminta pertolongan/petunjuk dari Allah ketika saya merasa kesusahan dengan cara berdoa.					
7.	Saya selalu menyempatkan untuk berdoa di tengah-tengah kesibukan Saya.					
8.	Berdoa dapat membuat hati Saya menjadi lebih tenang dan lebih lega.					
9.	Tayangan Mamah Dedeh dapat meningkatkan kualitas berdoa Saya.					
10.	Saya mengerjakan puasa Ramadhan dengan tertib.					
11.	Saya sering mengerjakan puasa sunnah.					
12.	Saya selalu menahan dan mengendalikan emosi ketika sedang berpuasa.					
13.	Saya selalu menjauhi hal-hal yang dapat membatalkan puasa.					
14.	Tayangan Mamah Dedeh dapat meningkatkan kualitas ibadah puasa Saya.					
15.	Saya selalu menyisihkan harta Saya untuk zakat/sedekah.					
16.	Saya sering berpartisipasi dalam zakat pembangunan infrastruktur masjid atau					

	kegiatan keagamaan.					
17.	saya berpendapat bahwa harta yang telah saya sedekahkan akan diganti yang lebih baik oleh Allah.					
18.	Harta yang Saya dapat bermanfaat bagi umat Islam dan Agama Islam.					
19.	Saya ikhlas dalam memberikan zakat/sedekah.					
20.	Tayangan Mamah Dedeh dapat meningkatkan kualitas sedekah/zakat Saya.					



**LAMPIRAN KEPUTUSAN KEPALA DESA MINOMARTANI**  
**NOMOR : 04 / KPTS / 2014**  
**TANGGAL : 13 JANUARI 2014**

NOMOR		NAMA	JABATAN	KETERANGAN
RUT	INDEK	2	3	4
1	1	Ny. Witri Setyowati Edi Suroto	Ketua TP PKK Desa Minomartani	Plosokuning V
2	2	Ny. Harsilah Saelan	Wakil Ketua I TP PKK Desa Minomartani	Padukuhan I
3	3	Ny. Suratni Djunaidi	Wakil Ketua II TP PKK Desa Minomartani	Padukuhan I
4	4	Ny. Susiati Joko Sarwono	Wakil Ketua III TP PKK Desa Minomartani	Perumnas Rw 05
5	5	Ny. Setya Budi Ani Agus S	Wakil Ketua IV TP PKK Desa Minomartani	Perumnas Rw 03
6	6	Ny. Hj. Midjah Bambang Suroto	Sekretaris TP PKK Desa Minomartani	Perumnas Rw 02
7	7	Ny. Darini Murjawadi, S.Pd	Wakil Sekretaris I TP PKK Desa Minomartani	Padukuhan VI
8	8	Ny. Erna Widyastuti Munip	Wakil Sekretaris II TP PKK Desa Minomartani	Plosokuning V
9	9	Ny. Istidaroyah Nursyamsi	Bendahara I TP PKK Desa Minomartani	Plosokuning II
10	10	Ny. Siti Atminah Agung	Wakil Bendahara II TP PKK Desa Minomartani	Plosokuning V
11	11	Ny. Sardiyati Subroto	Wakil Bendahara III TP PKK Desa Minomartani	Plosokuning V
12	1	Ny. Sri Mawarti Purwanto, S.Pd	Ketua Pokja I TP PKK Desa Minomartani	Perumnas Rw 02
13	2	Ny. Dra. Eny Yuliani Djarot Budiarto	Sekretaris Pokja I TP PKK Desa Minomartani	Padukuhan VI
14	3	Ny. Endang Werdiningsih Wahyu H Ny. Endang Lukisyanti Istiadji	Bendahara Pokja I TP PKK Desa Minomartani	Perumnas Rw 04
15	4	Subekti	Anggota Pokja I TP PKK Desa Minomartani	Perumnas Rw 04
16	5	Ny. Sartini Sukardi	Anggota Pokja I TP PKK Desa Minomartani	Padukuhan VI
17	6	Ny. Ismiati	Anggota Pokja I TP PKK Desa Minomartani	Plosokuning III
18	7	Ny. Sri Mursamiyati Bambang BK	Anggota Pokja I TP PKK Desa Minomartani	Perumnas Rw 05
19	8	Ny. Ida Mulyati M RM. Yadidi	Anggota Pokja I TP PKK Desa Minomartani	Plosokuning IV
20	9	Ny. Etik Susanti Agung Susanto	Anggota Pokja I TP PKK Desa Minomartani	Padukuhan VI
21	10	Ny. Hj. Saparing Budiyanto	Anggota Pokja I TP PKK Desa Minomartani	Perumnas Rw 01
22	11	Ny. Tarik Mawati	Anggota Pokja I TP PKK Desa Minomartani	Perumnas Rw 03
23	12	Ny. Tupiyem	Anggota Pokja I TP PKK Desa Minomartani	Plosokuning V
24	1	Ny. Siti Aminatun	Ketua Pokja II TP PKK Desa Minomartani	Plosokuning IV
25	2	Ny. Rahayu Agus	Sekretaris Pokja II TP PKK Desa Minomartani	Plosokuning II
26	3	Ny. Suparmi Sudarsono	Bendahara Pokja II TP PKK Desa Minomartani	Plosokuning II
27	4	Ny. Eni Sutahar Amari	Anggota Pokja II TP PKK Desa Minomartani	Perumnas Rw 06
28	5	Ny. Umi Saudah Daekon	Anggota Pokja II TP PKK Desa Minomartani	Plosokuning III
29	6	Ny. Titin Djunaidi	Anggota Pokja II TP PKK Desa Minomartani	Plosokuning III
30	7	Ny. Sumarsih Yoso Witono	Anggota Pokja II TP PKK Desa Minomartani	Perumnas Rw 02
31	8	Ny. Istikhomah Supartono	Anggota Pokja II TP PKK Desa Minomartani	Plosokuning II
32	9	Ny. Hari Minarti Ngadiran	Anggota Pokja II TP PKK Desa Minomartani	Plosokuning II
33	10	Ny. Sukarti Tukino	Anggota Pokja II TP PKK Desa Minomartani	Perumnas Rw 06
34	11	Ny. Riya Astuti Endri Murdopo	Anggota Pokja II TP PKK Desa Minomartani	Plosokuning V
35	12	Ny. Hermin	Anggota Pokja II TP PKK Desa Minomartani	Plosokuning III
36	13	Ny. Nurhayati	Anggota Pokja II TP PKK Desa Minomartani	Padukuhan I
37	14	Ny. Sarmini	Anggota Pokja II TP PKK Desa Minomartani	Padukuhan I
38	15	Ny. Yuniarti	Anggota Pokja II TP PKK Desa Minomartani	Padukuhan I
39	1	Ny. Sri Suharti Suharto	Ketua Pokja III TP PKK Desa Minomartani	Perumnas Rw 06
40	2	Ny. Sumarsih	Sekretaris Pokja III TP PKK Desa Minomartani	Padukuhan VI
41	3	Ny. Endang Supeni Heru W	Bendahara Pokja III TP PKK Desa Minomartani	Perumnas Rw 04
42	4	Ny. Wiwin Sri Indrawati Yos P.	Anggota Pokja III TP PKK Desa Minomartani	Perumnas Rw 02
43	5	Ny. Sulastri	Anggota Pokja III TP PKK Desa Minomartani	Padukuhan VI
44	6	Ny. Agus Sulistyani Suyatno	Anggota Pokja III TP PKK Desa Minomartani	Padukuhan VI
45	7	Ny. Kuntari Artono	Anggota Pokja III TP PKK Desa Minomartani	Padukuhan I
46	8	Ny. Suryani Widodo	Anggota Pokja III TP PKK Desa Minomartani	Padukuhan I
47	9	Ny. Andanar Sulastri Waryanto	Anggota Pokja III TP PKK Desa Minomartani	Padukuhan I
48	10	Ny. Maryati Kusmantoro	Anggota Pokja III TP PKK Desa Minomartani	Plosokuning II
49	11	Ny. Noni Nurwita Fakhil H	Anggota Pokja III TP PKK Desa Minomartani	Perumnas Rw 04
50	12	Ny. Nurhayati	Anggota Pokja III TP PKK Desa Minomartani	Plosokuning V

URUT	INDEK	2	3	4
51	1	Ny. Ermita Meimbardini Sudiyatno	Ketua Pokja IV TP PKK Desa Minomartani	Perumnas Rw 06
52	2	Ny. Dra Hermi Edi Purwanto	Sekretaris Pokja IV TP PKK Desa Minomartani	Perumnas Rw 01
53	3	Ny. Sutopo Wibowo	Bendahara Pokja IV TP PKK Desa Minomartani	Perumnas Rw 02
54	4	Ny. Siti Juwariyah,S.Sos	Anggota Pokja IV TP PKK Desa Minomartani	Plosokuning II
55	5	Ny. Atik Maryani	Anggota Pokja IV TP PKK Desa Minomartani	Plosokuning II
56	6	Ny. Sri Eny Lestari Suharto	Anggota Pokja IV TP PKK Desa Minomartani	Perumnas Rw 05
57	7	Ny. Sunarmi Wawardi	Anggota Pokja IV TP PKK Desa Minomartani	Plosokuning V
58	8	Ny. Asfarini Asrori	Anggota Pokja IV TP PKK Desa Minomartani	Plosokuning V
59	9	Ny. Punijem Giyono	Anggota Pokja IV TP PKK Desa Minomartani	Padukuhan VI
60	10	Ny. Hindarti	Anggota Pokja IV TP PKK Desa Minomartani	Perumnas Rw 01
61	11	Ny. Puji Rahayu Thamrin	Anggota Pokja IV TP PKK Desa Minomartani	Perumnas Rw 01
62	12	Ny. Tasiyem Rajin	Anggota Pokja IV TP PKK Desa Minomartani	Perumnas Rw 03
63	13	Ny. Mustofa	Anggota Pokja IV TP PKK Desa Minomartani	Plosokuning III



EDI SUROTO,SH

## CURRICULUM VITAE

### a. Biodata Pribadi

<b>Nama Lengkap</b>	Winona Dea Nuramanda	
<b>Jenis Kelamin</b>	Perempuan	
<b>Tempat, Tanggal Lahir</b>	Yogyakarta, 29 Agustus 1995	
<b>Alamat Asal</b>	Perum Minomartani, Jl. Gabus II No. II, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta	
<b>Alamat Tinggal</b>	Perum Minomartani, Jl. Gabus II No. II, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta	
<b>Email</b>	winda_wdn@yahoo.co.id	
<b>No. HP</b>	085868872992	

### b. Latar Belakang Pendidikan Formal

<b>Jenjang</b>	<b>Nama Sekolah</b>	<b>Tahun</b>
TK	TK Budi Mulia 2	1999 – 2001
SD	SDN Gambiranom	2001 – 2007
SMP	SMPN 1 Depok	2007 – 2010
MA	MAN 1 Yogyakarta	2010 – 2013
S1	UIN Sunan Kalijaga Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Jurusan Ilmu Komunikasi	2013 – 2018