

**RESPON KARYAWAN PT. CIPTA SARINA VIDI
TERHADAP DAKWAH “AUDIO MAGNET REZEKI”
MELALUI MEDIA SOSIAL *TELEGRAM***



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

**Disusun oleh:
Ahmad Paisal Padang
NIM 15210103**

**Dosen Pembimbing
Dr. Hamdan Daulay, M.A., M.Si.
NIP. 19661209 199403 1 004**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2019**



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-447/Un.02/DD/PP.00.9/07/2019

Tugas Akhir dengan judul : RESPON KARYAWAN PT.CIPTA SARINA VIDY TERHADAP DAKWAH
"AUDIO MAGNET REZEKI" MELALUI MEDIA SOSIAL TELEGRAM


yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AHMAD PAISAL PADANG, CT.MR
Nomor Induk Mahasiswa : 15210103
Telah diujikan pada : Jumat, 28 Juni 2019
Nilai ujian Tugas Akhir : A-


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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR


Ketua Sidang


Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.
NIP. 19661209 199403 1 004

Penguji I


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

Penguji II


Dra. Anisah Indriati, M.Si
NIP. 19661226 199203 2 002

Yogyakarta, 28 Juni 2019
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
DEKAN





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230
Email : fd@uin-syka.ac.id, Yogyakarta 55281

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 : Ahmad Paisal Padang
NIM : 15210103
Judul Skripsi : Respon Karyawan PT. Cipta Sarina Vidi Terhadap Dakwah
"Audio Magnet Rezeki" Melalui Media Sosial *Telegram*


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 Ilmu Sosial

Dengan ini kami berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.


Wassalamu 'alaikum wr. wb

Yogyakarta, 20 Mei 2019

Pembimbing Skripsi


Dr. Hamdan Daulay, M.A., M.Si.
NIP 19661209 199403 1 004



Mengetahui:
Ketua Program Studi

Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si
NIP. 19680103 199503 1 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI


Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Ahmad Paisal Padang
NIM : 15210103
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul: Respon Karyawan PT. Cipta Sarina Vidi Terhadap Dakwah “Audio Magnet Rezeki” adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan 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 penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 20 Mei 2019
Yang Menyatakan,




Ahmad Paisal Padang
NIM. 15210103

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan *Alhamdulillah* *robil'alamin*, Puji Syukur kepada

Allah *Subhanahuwata'ala* serta Shalawat dan Salam,

Allohummasoli'ala Muhammad, kepada Nabi Muhammad

Sholallohu'alaihiwassalam.

Karya Tulis ini , penulis persembahkan untuk: Kedua Orang Tuaku:
Ayahku, Nelson Padang dan Ibuku, Hamdiah Br Siregar yang telah
banyak berkorban demi mimpi-mimpiku dengan penuh kasih sayang
yang tak terhingga,

Guru-Guruku: Ustadz Nasrullah, Ary Ginanjar Agustian, Coach Ferris
Firmansyah, Sakti Syahputra Wismurti, Jamil Azzaini, dan teman-
teman CTMR (Certified Trainer Magnet Rezeki) di seluruh Indonesia
yang telah memberikan motivasi dan ilmu kehidupan kepadaku

serta Almamaterku Tercinta: Program Studi Komunikasi dan Penyiaran
Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri
Sunan Kalijaga Yogyakarta

MOTTO

Hidup Sekali Hiduplah Yang Berarti

Berani Hidup Tak Takut Mati

Takut Mati Jangan Hidup

Takut Hidup Mati Saja

(KH. Abdullah Sahal)



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrohim

Assalamu 'alaikum warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji dan syukur senantiasa kami panjatkan kepada Allah *Subhanahuwata 'ala* dengan mengucapkan *Alhamdulillahirobil 'alamin* karena Allah telah memberikan kesehatan, kemudahan, dan kelancaran dalam penyusunan skripsi ini sehingga penulis mampu menyelesaikannya. Shalawat dan salam kami junjungkan kepada Nabi Muhammad *Shallallahu 'alaihi Wasallam* dengan mengucapkan *Allohumasholi 'ala Muhammad* karena beliau adalah sosok yang telah berjuang menyebarkan agama Islam dan memberantas zaman Jahiliyah.

Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan, dukungan, dan doa dari orang-orang hebat disekitar saya. Olehkarena itu, saya mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga, Prof. Dr. Yudian Wahyudi, M.A., P.hD.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Dr. Nurjannah, M.Si.
3. Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.
4. Dosen Pembimbing Skripsi, Dr. Hamdan Daulay, M.A., M.Si.
5. Dosen Penasehat Akademik, Dra. Anisah Indriati, M.Si.
6. Seluruh jajaran dosen dan staf Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
7. Kedua Orang Tua saya, Ayah: Nelson Padang dan Ibu: Hamdiah Br Siregar.

8. Sahabat-sahabat seperjuangan, Muhammad Tamal Sembiring, Muammar Khadafi, Ravi Ardiansyah, Mahdi Handayani Sidiq, Bambang Guntoro, Andre Syahputra Tarigan, Irham, Ilham, Geral Ikhsan Sandewa, Muhammad Gunanda Ginting, Haikal Bancin, Zainal Arifin Pohan, Nur Muhammad Al-Ambar dan Bang Imam Muttaqin.
9. Teman-teman yang sudah membantu pembuatan skripsi, Ayu Diah Shapira, Yuni Apriyanti, Azizah Siahaan, Weini Wahyuni, Zakiyah Rezeki, Niimmahiya Sa'idah, Riski Fardila, Wardatul Ummu Astriyani dan lainnya.
10. Teman-Teman Alumni Rumah Hafiz Indonesia Angkatan 17.
11. Teman-teman KKN angkatan '96, Kelompok 51 Dusun Crangah, Desa Hargotirto, Kecamatan Kokap, Kabupaten Kulon Progo, DIY.
12. Seluruh Keluarga Besar IKRH Yogyakarta.
13. Seluruh Keluarga Besar Himpunan Mahasiswa Labuhanbatu Selatan Yogyakarta (HIMALABUSEL Jogja).
14. Keluarga besar SUKA TV, Cahaya Iman, PMII Korp Menara dan Paradisephotoid.
15. Seluruh *Asatidz* dan *Ustadzaat* Pondok Kajian Darul Mushlihin
16. Teman-teman Magang di Bangkit Media, Yuni, Qulfa, Yeni, Lasari, Zaky, Yuli, Nisa, Naila dan Nuha.
17. Responden penelitian, karyawan PT. Cipta Sarina Vidi Yogyakarta.
18. Teman-teman CTMR JOSOKLA (Jogja Solo Klaten).

19. Teman-teman seperjuangan KPI 2015 yang selalu memberikan semangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

20. Keluarga besar dan teman-teman Alumni Green Generation 24 pondok Pesantren Ar-Raudlatul Hasanah Medan, Sumatera Utara.

serta semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu. Semoga bantuan, dukungan, dan doa yang sudah dilakukan dapat menjadi ladang amal sebagai bekal di akhirat kelak dan dapat membawa kita ke Surga-Nya Allah SWT Amin ya rabbal 'alamin.

Yogyakarta, 20 Mei 2019

Penulis,

Ahmad Paisal Padang

NIM. 15210103

ABSTRAK

Ahmad Paisal Padang, NIM. 15210103, 2019. *Respon Karyawan PT. Cipta Sarina Vidi Terhadap Dakwah “Audio Magnet Rezeki” Melalui Media Sosial Telegram*, Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Islam adalah agama dakwah, yakni mendakwahi mereka yang belum beriman dengan harapan mampu memeluk Agama Allah ini. Kemudian disisi lain harus medakwahi mereka yang sudah beriman agar lebih meningkatkan ketaqwaannya di hadapan Allah SWT. Zaman modern sekarang ini sudah banyak orang berdakwah melalui media sosial salah satunya adalah *Telegram*. Dakwah melalui internet atau media sosial merupakan inovasi terbaru dalam syiar islam dan memudahkan para da'i dalam melebarkan sayap-sayap dakwahnya. Penggunaan media internet sebagai media dakwah merupakan kesempatan dan tantangan untuk mengembangkan dan memperluas cakrawala dakwah islamiyah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana respon karyawan PT.CiptaSarina Vidi terhadap dakwah “audio magnet rezeki” melalui media sosial *telegram*. Teori yang digunakan adalah teori SOR (*Stimulus Organism Respon*), tinjauan tentang respon, dan tinjauan tentang dakwah. Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan analisis butir menggunakan rumus korelasi *product moment*, sedangkan uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan SPSS versi 16. Jenis penelitian ini adalah penelitian survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *random sampling*, yaitu sebanyak 62 responden.

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan terhadap hasil penelitian tentang respon karyawan PT. Cipta Sarina vidi terhadap dakwah “Audio Magnet Rezeki” melalui media sosial telegram maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa dari hasil analisis deskriptif kuantitatif diperoleh nilai untuk frekuensi mendengarkan dakwah “Audio Magnet Rezeki” melalui media sosial telegram, berada pada kategori tinggi. Dengan melihat nilai prosentase (61,3%) maka

dapat dikatakan bahwa karyawan PT. Cipta Sarina Vidi sering dalam mendengarkan dakwah “Audio Magnet Rezeki”. Sedangkan sikap karyawan PT. Cipta Sarina Vidi terhadap dakwah “Audio Magnet Rezeki” adalah sikap positif. Gambaran tersebut diperoleh dengan banyaknya karyawan PT. Cipta Sarina Vidi yang menyatakan membutuhkan siraman rohani seperti dakwah “Audio Magnet Rezeki” melalui media sosial *Telegram* dan karyawan PT. Cipta Sarina Vidi juga menyukai materi-materi dakwah yang disampaikan melalui audio tersebut, karena mudah dipahami dan pesan dakwah yang disampaikan menyentuh hati para karyawan PT. Cipta Sarina Vidi.

Kata Kunci: Karyawan, Media Sosial Telegram, Audio Magnet Rezeki.



DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------------|-----|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI..... | iii |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| MOTTO | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| ABSTRAK | x |
| DAFTAR ISI | xii |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xvi |

BAB I: PENDAHULUAN

| | |
|--|----|
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 5 |
| C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian..... | 5 |
| D. Kajian Pustaka..... | 6 |
| E. Kerangka Teori | |
| 1. Teori <i>Stimulus-Organism-Response</i> | 9 |
| 2. Tinjauan Tentang Respon..... | 10 |
| 3. Tinjauan Tentang Dakwah..... | 13 |
| F. Kerangka Pemikiran..... | 17 |
| G. Hipotesis..... | 18 |
| H. Sistematika Pembahasan | 18 |

BAB II: METODE PENELITIAN

| | |
|-------------------------------------|----|
| A. Jenis Analisis Penelitian..... | 20 |
| B. Defenisi Konseptual | 20 |
| C. Defenisi Operasional..... | 21 |
| D. Populasi dan Sampel | 22 |
| E. Instrumen Penelitian..... | 25 |
| F. Teknik Pengumpulan Data | 26 |
| G. Validitas dan Reliabilitas | 27 |
| H. Analisis Data | 30 |

BAB III: GAMBARAN UMUM KARYAWAN PT. CIPTA SARINA VIDY DAN AUDIO MAGNET REZEKI

| | |
|---|----|
| A. Gambaran Umum Karyawan PT. Cipta Sarina Vidi | |
| 1. Sekilas Tentang Karyawan PT. Cipta Sarina Vidi | 32 |
| 2. Jumlah Karyawan PT. Cipta Sarina Vidi..... | 35 |
| 3. Kantor Pusat PT. Cipta Sarina Vidi..... | 35 |
| 4. Visi dan Misi | 36 |
| 5. Jenis-Jenis Perusahaan PT. Cipta Sarina Vidi | 37 |
| 6. Struktur Manajemen PT. Cipta Sarina Vidi | 41 |
| B. Dakwah Audio Magnet Rezeki | |
| 1. Sekilas Tentang Telegram | 43 |
| 2. Sekilas Tentang Magnet Rezeki | 44 |
| 3. Program Kerja Pengurus Yayasan Magnet Rezeki Koordinator Wilayah Jogja, Solo, dan Klaten..... | 47 |
| 4. Audio Magnet Rezeki | 51 |
| 5. Pendiri Audio Magnet Rezeki | 51 |
| 6. Judul-Judul Audio Magnet Rezeki | 54 |

BAB IV: PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

| | |
|--------------------------------|----|
| A. Analisis Awal Data..... | 61 |
| B. Deskripsi Hasil Kuisisioner | |
| 1. Respon Kognitif | 61 |
| 2. Respon Afektif..... | 68 |
| 3. Respon Konatif | 72 |

BAB V: PENUTUP

| | |
|--------------------|----|
| A. Kesimpulan..... | 88 |
| B. Saran..... | 80 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | |
|------------|--|
| Tabel 2.1 | Definisi Operasional |
| Tabel 2.2 | Data Karyawan PT. Cipta Sarina Vidi Berdasarkan Jabatan |
| Tabel 2.3 | Kisi-Kisi Alat Pengumpul Data Penelitian |
| Tabel 2.4 | Hasil Uji Validitas Instrumen |
| Tabel 2.5 | <i>Reliability Statistics</i> |
| Tabel 3.1 | Data Responden |
| Tabel 3.2 | Data Karyawan PT. Cipta Sarina Vidi |
| Tabel 3.3 | Macam-macam Judul Audio Magnet Rezeki |
| Tabel 4.1 | Pemahaman Terhadap isi dan materi pesan dakwah audio magnet rezeki |
| Tabel 4.2 | Kebutuhan Dakwah Audio Magnet Rezeki Sebagai Siraman Rohani |
| Tabel 4.3 | Penguasaan Da'i Terhadap Materi Yang Disampaikan |
| Tabel 4.4 | Cara Menjelaskan Pesan-Pesan Dakwah |
| Tabel 4.5 | Gaya Bahasa Dalam Berdakwah |
| Tabel 4.6 | Penyampaian Pesan Dakwah dengan Menggunakan Bahasa Campuran Indonesia- Inggris |
| Tabel 4.7 | Pesan Dakwah Yang Menyentuh Hati |
| Tabel 4.8 | Alasan Menjawab Pertanyaan Soal No 4 |
| Tabel 4.9 | Audio Tentang Perisai Rezeki |
| Tabel 4.10 | Audio Tentang Menjaga Terumbu Karang |

| | |
|------------|--|
| Tabel 4.11 | Audio Tentang <i>Low of Projection</i> |
| Tabel 4.12 | Audio Tetang <i>Paradox of Candy</i> |
| Tabel 4.13 | Frekuensi Mendengarkan Audio Magnet Rezeki |
| Tabel 4.14 | Durasi Medengarkan Hingga Akhir |
| Tabel 4.15 | Durasi Mendengarkan Dalam Seminggu |
| Tabel 4.16 | Durasi Dakwah “Audio Magnet Rezeki” |
| Tabel 4.17 | Sikap Terhadap Dakwah Audio Magnet Rezeki |



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 Proses Perubahan Sikap
Gambar 1.2 Respon Karyawan PT. Cipta Sarina Vidi
Terhadap Dakwah “Audio Magnet Rezeki”
Melalui Media Sosial *Telegram*



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sesungguhnya, setiap muslim yang membawa identitas Islam (baik secara akidah atau syariat) mengetahui, bahwa ia diperintahkan untuk menyampaikan islam kepada seluruh manusia, sehingga manusia dapat bernaung di bawah keteduhan naungannya. Disitulah mereka dapat menikmati ketentraman dan keamanan. Akan tetapi, ketentraman dan keamanan itu tidak akan terwujud tanpa kesadaran setiap muslim bahwa dipundaknya ada amanah yang berat terhadap dakwah secara universal. Amanah ini tidak dibatasi oleh zaman, tempat, negara, lembaga, dan jamaah. Ini merupakan tanggung jawab setiap muslim. Mereka semua harus berpartisipasi. Nabi Muhammad saw bersabda, “sampaikanlah dariku, walau hanya satu ayat.”¹

Dakwah dalam Islam pada umumnya ditujukan pada dua segmen, yaitu kepada non-muslim dan kepada umat Islam. Kepada non-muslim dakwah berupa ajakan masuk agama Islam untuk mentauhidkan Allah, menunjukkan kebenaran kitab suci Alquran dari sisi originalitas dan isinya, menunjukkan perilaku umat Islam dalam beragama. Sedangkan bagi umat Islam dakwah melakukan sesuatu yang dibutuhkan oleh umat Islam dan agamanya, menunjukkan perilaku yang pantas bagi umat Islam

¹ Jum'ah Amin Abdul Aziz, *Fiqih Dakwah*, Revisi Cet. 7 (Solo: Era Adi Citra Antarmedia, 2015), hlm. 19.

sekaligus merevitalisasi kehidupan islami.² Nabi Muhammad Saw bersabda dalam sebuah haditsnya:

مَنْ دَعَا إِلَى هُدًى كَانَ لَهُ مِنَ الْأَجْرِ مِثْلُ أُجُورِ مَنْ تَبِعَهُ لَا يَنْقُصُ ذَلِكَ مِنْ أُجُورِهِمْ شَيْئاً. وَمَنْ دَعَا إِلَى ضَلَالَةٍ كَانَ عَلَيْهِ مِنَ الْإِثْمِ مِثْلُ آثَامِ مَنْ تَبِعَهُ لَا يَنْقُصُ ذَلِكَ مِنْ آثَامِهِمْ شَيْئاً.

“Barang siapa mengajak pada petunjuk, ia berhak mendapat pahala seperti pahala orang yang mengikutinya, tanpa mengurangi pahala mereka yang sedikit pun, dan barang siapa mengajak pada kesesatan, ia berhak mendapat dosa orang-orang yang mengikutinya, tanpa mengurangi dosa mereka sedikit pun.” (HR. Muslim).³

Disadari atau tidak, perkembangan teknologi yang disebut internet, lebih mengubah interaksi masyarakat. Internet telah memberikan kontribusi yang demikian besar bagi masyarakat, perusahaan atau industri maupun pemerintah. Hadirnya internet telah menunjang efektifitas dan efisiensi sarana komunikasi, publikasi, serta sarana untuk mendapatkan berbagai informasi yang dibutuhkan masyarakat. Dakwah melalui internet merupakan inovasi terbaru dalam syiar islam dan memudahkan para da'i dalam melebarkan sayap-sayap dakwahnya. Penggunaan media internet sebagai media dakwah merupakan kesempatan dan tantangan untuk mengembangkan dan memperluas cakrawala dakwah islamiyah. Kesempatan yang dimaksud adalah bagaimana orang-orang yang peduli terhadap kemampuan dakwah maupun memanfaatkan media internet tersebut sebagai sarana dan media

² Hatta Abdul Malik, “Dakwah Media Internet: Komparasi Situs Islam di Amerika dan Indonesia”, *Jurnal Ilmu Dakwah*, vol. 36 (2016), hlm. 14.

³ Jum'ah Amin Abdul, *Fiqh Dakwah*, hlm. 11.

dakwah untuk menunjang proses dakwah islamiyah. Umat muslim harus mampu menguasai dan memanfaatkan dengan sebaik-sebaiknya perkembangan teknologi informasi. Singkatnya kemudahan yang ditawarkan internet sangat potensial dimanfaatkan untuk media dakwah.⁴

Aplikasi *telegram* dengan logo pesawat kertas putih adalah salah suatu aplikasi *chatt* berbasis *messaging*, namun karena *telegram* juga bisa membuat group komunikasi tertentu dimana hanya member atau kontak yang terdaftar dalam *group* sehingga bisa dikatakan media sosial. *Telegram* dirancang untuk memudahkan pengguna saling berkirim pesan teks, audio, video, gambar dan *sticker* dengan aman. Walaupun aplikasi *telegram* dapat dikatakan sebuah aplikasi baru di banding aplikasi pesan instan lainnya, namun *telegram* mampu mengirim data dengan ukuran yang cukup besar yaitu 1,5 GB per *file*

Audio Magnet Rezeki adalah sebuah channel milik Ust. Nasrullah yang terdapat dalam media sosial *telegram*, berisi tentang dakwah islam dengan tema “Menarik Rezeki Dahsyat Dengan Cara Allah”. Audio yang terdapat dalam channel tersebut sebanyak 44 audio utama dengan judul yang berbeda-beda dan sisanya audio pelengkap. Dilansir dari channel *telegram* yang bernama Nasrullah-Magnet Rezeki⁵ banyak didalamnya testimoni-testimoni dari mereka yang sudah mendengarkan audio Magnet Rezeki diantaranya adalah Ustadz Ilham yang mengatakan

⁴ Hanik Malihatini, *Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Semarang Tentang Blog Sebagai Media Dakwah*, Skripsi (Semarang: Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Walisongo, 2012), hlm. 2.

⁵ <https://t.me/rahasiamagnetrezeki>, diakses pada 10 Mei 2018.

“Alhamdulillah setelah saya mendengarkan audio Magnet Rezeki dan mulai mengazamkan diri untuk mengamalkan dalam kehidupan sehari-hari sangat terasa sekali perubahannya. Dan lantaran ilmu Allah yang Allah berikan kepada Ustadz Nasrullah dan disampaikan kepada saya dan rekan-rekan di SDIT At- Taqwa Gumawang, serasa banyak sekali nikmat dan rezeki yang Allah SWT turunkan”. Kemudian ada juga testimoni Ibu Siti dari Balikpapan yang mengatakan “Setelah saya jalankan salah satu jurusnya, 7 hari ba’da lebaran suami saya dapat proyek senilai 1,5 Milyar. Amazing.”

Dikalangan karyawan, mendapatkan rezeki secara berlimpah dan mendapatkan keajaiban adalah suatu kebahagiaan. Mereka pergi pagi pulang sore bekerja setiap hari demi menghidupi keluarga. Disisi lain kadang mereka puas dengan segala pendapatan yang diterima dan sebagiannya tidak begitu puas dikarenakan gaji atau upah yang diterima berkurang sebab dibayarkan ke hutang dan kredit. Karyawan PT. Cipta Sarina Vidi adalah pekerja yang sudah mengikuti kajian Magnet Rezeki dan sudah mendengarkan audio Magnet Rezeki. Direktur PT. Cipta Sarina Vidi mengadakan kajian tersebut dengan tujuan menambah wawasan ilmu agama dan ilmu dalam mencari rezeki.

Melihat pemaparan yang sudah dijelaskan, menarik untuk melihat lebih jauh bagaimana respon karyawan PT. Cipta Sarina Vidi terhadap isi pesan yang terdapat didalam channel telegram “Audio Magnet Rezeki”, apakah disela-sela kesibukan dalam bekerja karyawan PT. Cipta Sarina Vidi masih sempat meluangkan waktu untuk mendengarkan dakwah “Audio Magnet Rezeki” dan

apakah dakwah “Audio Magnet Rezeki” memiliki dampak yang baik bagi kehidupan mereka serta mampu merubah sikap mereka. Maka judul penelitian ini adalah Respon Karyawan PT. Cipta sarina Vidi Terhadap Dakwah “Audio Magnet Rezeki” Melalui Media Sosial *Telegram*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: “Bagaimanakah Respon Karyawan PT. Cipta Sarina Vidi Terhadap Dakwah “Audio Magnet Rezeki” Melalui Media Sosial *Telegram* ?”

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Dari latar belakang dan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah: “Peneliti ingin mengetahui Respon Karyawan PT. Cipta Sarina Vidi Terhadap Dakwah “Audio Magnet Rezeki” Melalui Media Sosial *Telegram*. Sedangkan kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Secara Teoritis

- a. Menambah wawasan ilmu keagamaan melalui dakwah “Audio Magnet Rezeki” yang terdapat di media sosial *telegram*
- b. Menambah kajian mengenai literasi media terutama pada efek media massa bagi khalayak.

2. Kegunaan Secara Praktis

- a. Penelitian ini dapat digunakan sebagai literatur bagi mahasiswa/i program Komunikasi dan Penyiaran Islam khususnya maupun Ilmu Komunikasi pada umumnya.
- b. Memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada mahasiswa/i, masyarakat luas maupun penda'i mengenai dakwah “Audio Magnet Rezeki” melalui media sosial *telegram*.

D. Kajian Pustaka

Terdapat sejumlah penelitian baik skripsi maupun jurnal yang membahas mengenai respon terhadap suatu media. Beberapa penelitian tersebut peneliti gunakan sebagai kajian pustaka sehingga peneliti mengetahui posisi penelitian yang akan dilakukan. Penelitian yang sudah pernah dilakukan dan relevan dengan penelitian ini, antara lain:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Arie Wardana pada tahun 2014 dengan judul “*Respon Jamaah Majelis Ta’lim Al-Firdaus Terhadap Program Ngaji Ning JTV di JTV Pacitan*”. Penelitian ini termasuk penelitian survei yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisisioner sebagai alat pengumpul data yang pokok. Metode yang digunakan adalah kuantitatif yaitu data penelitian berupa angka-angka dan di analisis menggunakan statistik. Hasil penelitian yaitu bahwasanya frekuensi jamaah majelis ta’lim Al-Firdaus dalam melihat program ngaji ning JTV cukup tinggi, dilihat dari nilai presentasi (100%)

maka dikatakan bahwa jamaah majelis ta'lim Al-Firdaus semua pernah melihat program.⁶

Persamaan penelitian tersebut dengan yang akan dilakukan peneliti adalah sama-sama mengkaji tentang dampak media dan menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada subjek dan objek penelitian, yaitu Karyawan PT. Cipta Sarina Vidi dan Dakwah “Audio Magnet Rezeki” Melalui Media Sosial *Telegram*.

Kedua, penelitian Cici Fitriasih pada tahun 2009 yang berjudul “*Respon Jamaah Majelis Ta'lim Al-Muhajirin Terhadap Sinetron Munajah Cinta Di RCTI*”. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan mengambil sampel ibu-ibu majelis ta'lim Al-Muhajirin kecamatan Serpong Kabupaten Tangerang sebanyak 30 orang. Cara pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Hasil penelitiannya adalah peringkat pertama jamaah memberikan respon kognitif, peringkat kedua jamaah memberikan respon afektif dan yang terakhir jamaah memberikan respon konatif. Hal ini diduga bahwa jamaah yang tadinya belum mengerti apa itu poligami menjadi tahu pengertian dari poligami dan kewajiban seorang istri terhadap suaminya.⁷

Persamaan penelitian tersebut dengan yang akan dilakukan peneliti adalah sama-sama mengkaji tentang respon dari

⁶ Arie Wardana, *Respon Jamaah Majelis Ta'lim Al-Firdaus Terhadap Program Ngaji Ning JTV Di JTV Pacitan*. hal 74.

⁷ Cici Fitriasih, *Respon Jamaah Majelis Ta'lim Al-Muhajirin Terhadap Sinetron Munajah Cinta Di RCTI*, skripsi tidak diterbitkan (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2009), hlm. 51.

penggunaan media massa. Sedangkan perbedaan terletak pada subjek, objek dan media yang digunakan, yaitu Karyawan PT. Cipta Sarina Vidi, Dakwah “Audio Magnet Rezeki” Melalui Media Sosial *Telegram* dan media yang peneliti pakai adalah aplikasi *telegram*.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Yuli Nurwanto pada tahun 2006 yang berjudul “*Respon Remaja Islam Desa Wonokromo Terhadap Goyang Dangdut di Televisi*”. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan mengambil sampel para remaja islam yang tinggal di desa Wonokromo Pleret Bantul sebanyak 50 orang. Sampel yang digunakan adalah *random sampling*. Hasil penelitiannya adalah walaupun goyang dangdut semakin banyak disiarkan diberbagai stasiun TV, baik TV swasta atau pemerintah, namun sebagian besar secara kuantitaif remaja islam di desa Wonokromo bisa memilih dan mendahulukan hal-hal yang lebih penting seperti shalat, menolong orang dan lain-lain.⁸

Persamaan penelitian tersebut dengan yang akan dilakukan peneliti adalah sama-sama menganalisis tentang respon dari penggunaan media massa dan metode yang digunakan adalah kuantitatif. Sedangkan perbedaan terletak pada subjek, objek dan media penelitian yang digunakan, yaitu Karyawan PT. Cipta Sarina Vidi, Dakwah “Audio Magnet Rezeki” Melalui Media Sosial *Telegram* dan media yang peneliti pakai adalah aplikasi *telegram*.

⁸ Yuli Nurwanto, *Respon Remaja Islam Desa Wonokromo Terhadap Goyang Dangdut di Televisi*, Skripsi (Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2006), hlm. 59.

E. Kerangka Teori

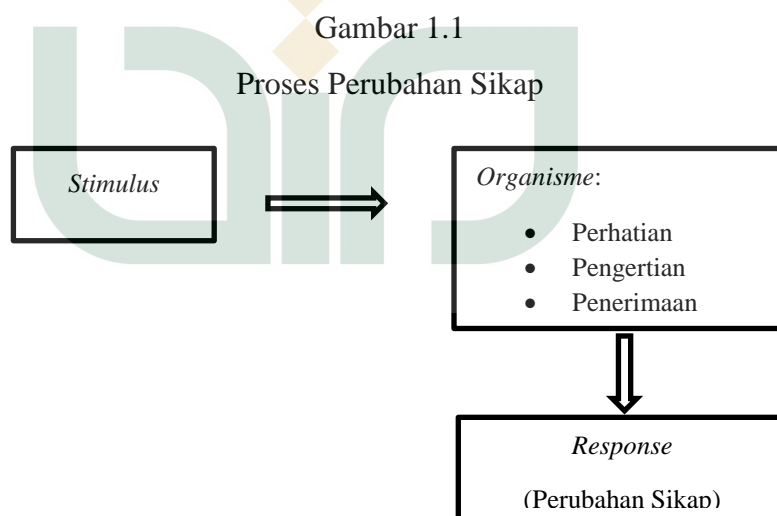
Kerangka teoritik merupakan teori-teori yang terkait dan menjadi dasar berfikir dalam melaksanakan suatu penelitian. Untuk itu sebagai bahan rujukan dalam penulisan selanjutnya maka perlu dikemukakan teori-teori yang mendukung terhadap persoalan ini.

1. Teori *Stimulus - Organism - Response*

Menurut *stimulus response* ini efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan, jadi unsur-unsur dalam model ini adalah:

- a. Pesan (*Stimulus*, S)
- b. Komunikan (*Organism*, O)
- c. Efek (Perubahan Sikap, R)

Model dapat terlihat pada gambar berikut:



Sumber: Model Pembentukan Respon Oleh Saefuddin

Azwar

Gambar diatas menunjukkan bahwa perubahan sikap bergantung pada proses yang terjadi pada individu. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak.

Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk megubah sikap.⁹

2. Tinjauan Tentang Respon

a. Pengertian Respon

Respon pada hakikatnya merupakan tingkah laku balas atau juga sikap yang menjadi tingkah laku balik.¹⁰ Respon adalah taggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan. Respon dalam komunikasi sering disebut dengan umpan balik (*feedback*). Respon memainkan peranan yang penting dalam komunikasi sebab respon akan menentukan berlanjutnya komunikasi atau berhentinya komunikasi yang dilancarkan oleh komunikator.¹¹

⁹ Onong Uchjana Efendi, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), hlm. 255.

¹⁰ Ikhsan Budi Setiawan, *Respon Masyarakat Terhadap Pembangunan Jalan Kereta Api Di Desa Bagan Sinembah Kota Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir*, vol. 4 No. 2 (2017), hlm. 4.

¹¹ Tri Heni Prasetyowati, *Respon Masyarakat Kliwonan Terhadap Program Siaran Di Stasiun Tv Komunitas -Grabag Tv*, Skripsi (Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2010), hlm 16.

b. Faktor Terbentuknya Respon

Terdapat dua faktor yang mempengaruhi terbentuknya sebuah respon yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal, yaitu faktor yang ada dalam diri individu manusia itu sendiri, dari dua unsur yakni rohani dan jasmani. Maka seseorang yang mengadakan tanggapan terhadap sesuatu stimulus maka akan tetap dipengaruhi oleh eksistensi kedua faktor diatas. Apabila satu unsur saja terganggu maka akan menghasilkan sebuah tanggapan.

Unsur jasmani meliputi keberadaan , keutuhan, cara kerja alat indera, urat syaraf, dan bagian-bagian dari otak. Sedangkan unsur-unsur psikologi meliputi perasaan, akal, jiwa, fantasi, mental pikiran, motivasi dan sebagainya. Sedangkan faktor eksternal yaitu faktor yang berada pada lingkungan. Menurut Bimo Walgianto dalam bukunya, menyatakan bahwa faktor psikis berhubungan dengan objek menimbulkan *stimulus* dan stimulus akan mengenai alat indera.¹²

c. Jenis-Jenis Respon

Respon akan terjadi karena beberapa hal. Terjadinya respon akan sangat tergantung dengan penyebab yang menimbulkannya. Menurut Jalaluddin Rahmat, respon

¹² Sofyan Hadi Rahman, *Respon Jamaah Majelis Taklim Baiturrahman Bukit Cinere Terhadap Materi Dakwah "Sedekah" Ustad Yusuf Mansur*, Skripsi (Jakarta: Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah, 2011), hlm 21.

terbagi atas tiga bagian yaitu respon kognitif, afektif, dan konatif.

Respon kognitif, yaitu respon yang timbul setelah adanya pemahaman terhadap sesuatu terkait dengan informasi atau pengetahuan. Terjadi bila ada perubahan pada yang diketahui, atau dipersepsi oleh khalayak.

Respon afektif, yaitu respon yang timbul karena adanya perubahan perasaan terhadap sesuatu yang terkait dengan emosi, sikap, dan nilai. Timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak.

Respon konatif, yaitu respon yang berupa tindakan, kegiatan, atau kebiasaan yang terkait dengan perilaku nyata. Merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku.¹³

d. Respon sebagai proses pembentukan sikap

Untuk memahami proses tersebut, maka akan dikemukakan terlebih dahulu tentang pengertian sikap. Menurut H. Harvey dan William P. Smith, sikap adalah kesiapan merespon secara konsisten dalam bentuk positif atau negatif terhadap obyek atau situasi. Sedangkan menurut Doob, sikap pada hakekatnya adalah tingkah laku

¹³ Angga Gurnita, *Respon Masyarakat Terhadap Metode Dakwah Kiai Cepot*, Skripsi (Jakarta: Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah, 2011), hlm 33.

balasan yang tersembunyi (*implicit response*) yang terjadi langsung setelah ada rangsang.¹⁴

Dari pengertian diatas maka dapat dipahami bahwa pembentukan sikap pada hakekatnya merupakan akibat adanya respon terhadap objek atau situasi tertentu. Sikap yang ditimbulkan oleh seseorang terhadap objek atau situasi tersebut dapat digolongkan menjadi dua bagian yaitu sikap positif dan sikap negatif.

Sikap positif artinya apabila individu memiliki sikap positif, maka reaksi yang timbul ia akan siap membantu, memperhatikan dan berbuat yang menguntungkan objek tersebut. Sedangkan sikap negatif artinya apabila individu memiliki sikap yang negatif, maka ia akan mengecam, mencela, tidak menanggapi, menyerang bahkan membinasakan objek tersebut.¹⁵

3. Tinjauan Tentang Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Menurut Prof. Toha Yahya Omar, M.A., dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk keselamatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.

Menurut Prof. A. Hasjmy, dakwah islamiyah adalah mengajak orang lain untuk meyakini dan mengamalkan

¹⁴ Arie, *Respon Jamaah Majelis Ta'lim Al-Firdaus Terhadap Program Ngaji Ning JTV Di JTV Pacitan*. hal 16.

¹⁵ *Ibid.*, hal. 17.

aqidah dan syariah Islamiyyah yang terlebih dahulu telah diyakini dan diamalkan oleh pendakwah sendiri.

Sedangkan menurut Ibnu Taimiyah dakwah merupakan suatu proses usaha untuk mengajak agar orang beriman kepada Allah, percaya dan mentaati apa yang telah diberitakan oleh rasul serta mengajak agar dalam menyembah kepada Allah seakan-akan melihat-Nya.¹⁶

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa dakwah adalah suatu aktivitas yang dilakukan secara sadar dalam rangka menyampaikan pesan-pesan agama Islam kepada orang lain agar mereka menerima ajaran islam tersebut dan menjalankannya dengan baik dalam kehidupan individual maupun bermasyarakat untuk mencapai kebahagiaan manusia baik didunia maupun diakhirat, dengan menggunakan media dan cara-cara tertentu.

b. Elemen-Elemen Dakwah

Unsur-unsur dakwah terbagi menjadi beberapa bagian, yaitu subjek dakwah, objek dakwah, materi dakwah, metode dakwah, dan media dakwah.

Subjek dakwah (da'i atau *communicator*) adalah orang yang melaksanakan dakwah baik secara lisan maupun tulisan ataupun perbuatan dan baik secara individu, kelompok atau bentuk organisasi atau

¹⁶ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009), hlm. 3.

lembaga.¹⁷ Subjek dakwah disebut juga sebagai pelaku dakwah. Faktor subjek dakwah sangat menentukan keberhasilan aktivitas dakwah. Maka subjek dakwah dalam hal ini da'i atau lembaga dakwah hendaklah mampu menjadi penggerak dakwah yang profesional. Baik gerakan dakwah yang dilakukan secara individual maupun kolektif, profesionalisme amat dibutuhkan, termasuk profesionalisme lembaga-lembaga dakwah.

Objek dakwah yaitu manusia yang menjadi mitra dakwah atau menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik secara individu, kelompok, baik yang beragama Islam maupun tidak, dengan kata lain manusia secara keseluruhan. Muhammad Abduh membagi mad'u menjadi tiga golongan, yaitu golongan cerdik cendekiawan yang cinta kebenaran, golongan awam, dan golongan yang berbeda dengan golongan diatas adalah mereka yang senang membahas sesuatu, tetapi hanya dalam batas tertentu, tidak sanggup mendalami benar.¹⁸

Materi dakwah adalah ajaran-ajaran islam sebagaimana termaktub dalam Quran dan Hadis, atau tercakup pendapat para ulama atau lebih luas dari itu. Dalam quran yang dijadikan salah satu rujukan dakwah banyak ditemukan *term-term* dalam berbagai bentuk,

19. ¹⁷ Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, cet. 22 (Bandung: Rosda, 2013), hlm.

¹⁸ *Ibid.*, hlm. 20.

seperti term *khayr*, *ma'ruf*, Islam, *al-birr*, dan *sabili rabbik*.¹⁹

Metode dakwah yaitu cara yang digunakan da'i untuk menyampaikan materi dakwah (Islam).²⁰ Metode dakwah hendaklah menggunakan metode yang tepat dan sesuai dengan situasi dan kondisi mad'u sebagai penerima pesan-pesan dakwah. Berbagai pendekatan dakwah baik dakwah *billisan*, dakwah *bilqolam* (dakwah melalui tulisan), dakwah *bilhal* (dakwah dengan amal nyata, keteladanan) perlu dimodifikasi sedemikian rupa sesuai dengan tuntunan modernitas. Demikian pula penggunaan metode dakwah dengan *Hikmah Mauidzoh Hasanah* dan *mujadalah*. Aplikasi metode dakwah tidak cukup mempergunakan metode tradisional saja, melainkan perlu diterapkan penggunaan metode yang sesuai dengan situasi dan kondisi zaman era sekarang.

Media dakwah adalah alat untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Penggunaan media dakwah yang tepat akan menghasilkan dakwah yang efektif. Penggunaan media-media dan alat-alat modern bagi pengembangan dakwah adalah suatu keharusan untuk mencapai efektifitas dakwah. Media-media yang dapat digunakan dalam aktivitas dakwah antara lain yaitu media-media tradisional, media-media cetak, media

¹⁹ Acep Arifuddin, *Pengembangan Metode Dakwah*, cet. 1 (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2011), hlm. 7.

²⁰ *Ibid.*, hlm. 8.

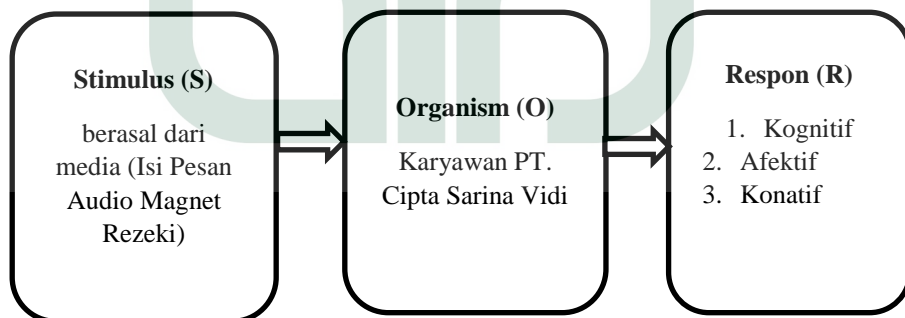
broadcasting, media film, media audio visual, internet, maupun media elektronik lainnya. Penggunaan media-media modern sudah selayaknya digunakan bagi aktivitas dakwah, agar dakwah dapat diterima oleh publik secara komprehensif.²¹

F. Kerangka Pemikiran

Proses terjadinya respon diawali dengan stimulus yaitu adanya objek suatu benda atau peristiwa yang akan disampaikan kepada komunikan. Selanjutnya stimulus tersebut mendorong perhatian seseorang (organisme) untuk melakukan pengamatan, sehingga akan meninggalkan kesan yang akan menyebabkan adanya penilaian yang merupakan respon terhadap objek tersebut yang mungkin akan diterima atau di tolak.

Gambar 1.2

Respon Karyawan PT. Cipta Sarina Vidi Terhadap Dakwah
“Audio Magnet Rezeki” Melalui Media Sosial *Telegram*



Sumber: Model Pembentukan Respon oleh saefuddin Azwar
Kemudian diolah oleh peneliti

²¹ Samsul Munir, *Ilmu Dakwah*, hlm. 3.

G. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu pernyataan sementara atau dugaan jawaban yang paling memungkinkan walaupun masih harus dibuktikan dengan penelitian.²² Hipotesis dalam penelitian yang akan dilakukan peneliti, sebagai berikut:

Berdasarkan uraian latar belakang dan yang sudah diuraikan di atas maka dapat diajukan hipotesis sebagai jawaban sementara untuk masalah penelitian yaitu: Karyawan PT. Cipta Sarina Vidi merespon positif dakwah “Audio Magnet Rezeki” melalui media sosial *telegram*.

H. Sistematika Pembahasan

Dalam sistematika pembahasan, peneliti menuliskan penelitian menjadi lima bab yang saling berkaitan satu dengan yang lainnya. Sistematika pembahasan ini diharapkan mampu memberikan gambaran secara umum terkait penyusunan skripsi yang akan dilakukan peneliti.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah yang diteliti, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, hipotesis, dan sistematika penelitian.

BAB II : METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian meliputi jenis analisis penelitian, definisi konseptual, definisi operasional, populasi dan sampel,

²² Husei Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, cet. 2 (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 338.

instrument penelitian, teknik pengumpulan data, validitas dan reliabilitas, serta analisis data.

BAB III : GAMBARAN UMUM KARYAWAN PT. CIPTA SARINA VIDI DAN AUDIO MAGNET REZEKI

Di bagian bab tiga diuraikan mengenai gambaran umum dari objek dan subjek penelitian, yaitu Karyawan PT. Cipta Sarina Vidi dan Audio Magnet Rezeki

BAB IV : RESPON KARYAWAN PT. CIPTA SARINA VIDI TERHADAP DAKWAH “AUDIO MAGNET REZEKI” MELALUI MEDIA SOSIAL *TELEGRAM*

Bagian bab empat berisi pembahasan yang menjelaskan hasil dari penelitian tentang respon karyawan PT. Cipta Sarina Vidi terhadap dakwah Audio Magnet Rezeki melalui media sosial *telegram*

BAB V : PENUTUP

Di bagian terakhir adalah bab lima, yaitu penutup yang meliputi kesimpulan dari hasil penelitian sebagai jawaban dari rumusan masalah yang disusun dan berisi saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan terhadap hasil penelitian tentang respon karyawan PT. Cipta Sarina Vidi terhadap dakwah “Audio Magnet Rezeki” melalui media sosial telegram, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Frekuensi karyawan PT. Cipta Sarina Vidi dalam mendengarkan dakwah “Audio Magnet Rezeki” cukup tinggi, dilihat dari nilai persentase (61,3%), maka dikatakan bahwa seluruh karyawan PT. Cipta Sarina Vidi pernah mendengarkan dakwah “Audio Magnet Rezeki” melalui media sosial telegram. Walaupun kebanyakan dari karyawan PT. Cipta Sarina Vidi (21,0%) hanya kadang-kadang (kurang sering) saja mendengarkan dakwah “Audio Magnet Rezeki” dari awal sampai akhir, tetapi para karyawan PT. Cipta Sarina Vidi selalu mendengarkan dakwah “Audio Magnet Rezeki” setiap minggunya.

Ini dibuktikan dengan presentase frekuensi karyawan PT. Cipta Sarina Vidi (46,8%) mendengarkan dakwah “Audio Magnet Rezeki” sebanyak 3-4 kali dalam seminggu dan dengan persentase yang sama (46,8%) karyawan PT. Cipta Sarina Vidi mendengarkan dakwah “Audio Magnet Rezeki” sebanyak 1-2 kali dalam seminggu. Sehingga dapat disimpulkan perhatian mereka terhadap dakwah “Audio

Magnet Rezeki” adalah tinggi dan hal ini akan membentuk sikap yang baik terhadap dakwah “Audio Magnet Rezeki” melalui media sosial *Telegram*

2. Sikap karyawan PT. Cipta Sarina Vidi yang dibentuk akibat respon terhadap dakwah “Audio Magnet Rezeki” melalui media sosial *Telegram* dapat digolongkan sebagai sikap positif. Gambaran tersebut diperoleh dengan banyaknya karyawan PT. Cipta Sarina Vidi yang menyatakan membutuhkan siraman rohani seperti dakwah “Audio Magnet Rezeki” melalui media sosial *Telegram*. Karyawan PT. Cipta Sarina Vidi juga menyukai materi-materi dakwah yang disampaikan melalui audio tersebut, karena mudah dipahami dan pesan dakwah yang disampaikan menyentuh hati para karyawan PT. Cipta Sarina Vidi.

Selain itu karyawan PT. Cipta Sarina Vidi menyatakan puas dengan dakwah “Audio Magnet Rezeki”, karena menurut mereka audio ini menarik, khususnya pada audio yang berjudul Perisai Rezeki, Menjaga Terumbu Karang, *Low of Projection*, dan *Paradox of Candy*. Karyawan PT. Cipta Sarina Vidi sangat mendukung dakwah “Audio Magnet Rezeki” ini karena gaya bahasa yang digunakan didalamnya itu baik dan penyampaiannya juga jelas.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa respon karyawan PT. Cipta Sarina Vidi terhadap dakwah “Audio Magnet Rezeki” melalui media sosial *Telegram* merupakan respon positif (*Positive Feedback*), artinya respon yang diterima karyawan PT. Cipta Sarina Vidi dari dakwah “Audio Magnet Rezeki” melalui media

sosial telegram dapat dimengerti dan mencapai saling pengertian, sehingga komunikasi mendukung, menyepakati, mengiyakan, menyetujui pesan atau bersedia memenuhi ajakan seperti yang termuat dalam pesan yang diterimanya. Pernyataan tersebut dibuktikan dengan karyawan PT. Cipta Sarina Vidi mau melihat, menanggapi, dan memperhatikan dakwah “Audio Magnet Rezeki” melalui media sosial *Telegram*.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian tentang respon karyawan PT. Cipta Sarina Vidi terhadap dakwah “Audio Magnet Rezeki” melalui media sosial *Telegram*, peneliti memiliki beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi karyawan PT. Cipta Sarina Vidi agar dapat memanfaatkan media sosial sebagai media dalam hal dakwah, khususnya media sosial *Telegram* dan mau meluangkan sebagian waktu untuk senantiasa meningkatkan pengetahuan keagamaan melalui media sosial.
2. Bagi pendiri Audio Magnet Rezeki yaitu Ustadz Nasrullah, janganlah hanya berhenti di 44 audio pokok. Hendaklah audio tersebut ditambahi dengan waktu yang sesuai agar setiap audien mampu memahami dan mengamalkan apa yang disampaikan audio tersebut dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Subandi, *Psikologi Sosial*, Jakarta: Bulan Bintang, 1982.
- Fahana, Jefree, dkk “Pemanfaatan Telegram Sebagai Notifikasi Serangan untuk Keperluan Forensik Jaringan”, *Jurnal Sistem Informasi*, vol. 01 (2017), hlm. 06.
- Amelia, Rizki Mutiara, *Respon Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Terhadap Program Indonesia Mencari Bakat di Trans TV*, Skripsi, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2011.
- Arifuddin, Acep, *Pengembangan Metode Dakwah*, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2011.
- Aziz, Jum’ah Amin Abdul, *Fiqih Dakwah*, Solo: Era Adi Citra Antarmedia, 2015.
- Budiaji, Weksi, "Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert", *Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan*, vol. 2:2, 2013.
- Efendi, Onong Uchjana, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003.
- Effendi, Sofian dan Tukiran, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES, 2012.
- Fitriasih, Cici, *Respon Jamaah Majelis Ta’lim Al-Muhajirin Terhadap Sinetron Munajah Cinta Di RCTI*, Skripsi, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2009.

Gurnita, Angga, *Respon Masyarakat Terhadap Metode Dakwah Kiai Cepot, Skripsi*, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2011.

Hatta, Abdul Malik, "Dakwah Media Internet: Komparasi Situs Islam di Amerika dan Indonesia", *Jurnal Ilmu Dakwah*. vol. 36:2, 2016.

<http://akademimagnetrezeki.com/>, diakses pada Selasa, 21 Mei 2019

<http://ciptasarinavidi.com/>, diakses pada Minggu, 12 Mei 2019.

<http://ciptasarinavidi.com/about-us/>, diakses pada Minggu, 12 Mei 2019.

<http://ciptasarinavidi.com/companies/graha-sarina-vidi/>, diakses pada Minggu, 12 Mei 2019.

<http://ciptasarinavidi.com/companies/hegar/>, diakses pada Minggu, 12 Mei 2019.

<http://ciptasarinavidi.com/companies/hotel-vidi/>, diakses pada Minggu, 12 Mei 2019.

<http://ciptasarinavidi.com/companies/sarina-garden/>, diakses pada Minggu, 12 Mei 2019.

<http://ciptasarinavidi.com/companies/vidi-catering/>, diakses pada Minggu, 12 Mei 2019.

<https://t.me/rahasiamagnetrezeki>, diakses pada 10 Mei 2018.

<https://www.rahasiamagnetrezeki.com/tentang-penulis.html>, diakses pada Selasa, 15 Mei 2019.

Ikhsan, Budi Setiawan, "Respon Masyarakat Terhadap Pembangunan Jalan Kereta Api Di Desa Bagan Sinembah Kota Kecamatan Bagan Sinembah Kabupaten Rokan Hilir", *Jurnal*, vol. 4:4, 2017.

Ilaihi, Wahyu, *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Rosda, 2013.

Karangmojo Community, "Analisis Data Penelitian Kuantitatif", <https://youdant.wordpress.com/2011/06/13/98/>, diakses pada Kamis, 25 April 2019.

Malihatin, Hanik, *Persepsi Mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Semarang Tentang Blog Sebagai Media Dakwah*, Skripsi, Semarang: IAIN Walisongo.

Naibaho, Marlina, "Repon Masyarakat Terhadap Pesan Komunikasi Survei Sosial Ekonomi Nasional Pada BPS Kota Pematangsiantar", *Jurnal Simbolika*, vol. 2:1, 2016.

Nurwanto, Yuli, *Respon Remaja Islam Desa Wonokromo Terhadap Goyang Dangdut di Televisi*, Skripsi, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2006.

Putra, Ahyan, *Pengaruh Menonton Program Indonesia Lawyers Club Episode Politik Terhadap Citra Partai Politik Berbasis Islam Di Kalangan Mahasiswa Imm Uin Sunan Kalijaga Menjelang Pilpres 2019*, Skripsi, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2019.

Samsul, Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Amzah, 2009.

Sofyan, Hadi Rahman, *Respon Jamaah Majelis Taklim Baiturrahman Bukit Cinere Terhadap Materi Dakwah "Sedekah" Ustad Yusuf Mansur*, Skripsi, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2011.

- Sudiyono, Anas, *Pengantar Statistik Pendidikan*, Jakarta: Rajawali Press, 1987.
- Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun: Skripsi, Tesis, dan Disertasi*, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Tri, Heni Prasetyowati, *Respon Masyarakat Kliwonan Terhadap Program Siaran Di Stasiun Tv Komunitas - Grabag Tv*, Skripsi, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2010.
- Umar, Husei, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Wardhana, Arie, *Respon Jamaah Majelis Ta'lim Al-Firdaus Terhadap Program Ngaji Ning JTV Di JTV Pacitan*, Skripsi, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2014.
- Waryono, dkk., *Penoman Penulisan Skripsi*, Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2014.
- Wawancara dengan Hendri, Staff HRD PT. Cipta Sarina Vidi, pada 27 Desember 2018.
- Wawancara dengan Nugroho, Ketua Yayasan Magnet Rezeki Indonesia Koordinator Wilayah Jogja, Solo, Klaten, pada 15 Mei 2019.
- Wawancara dengan Tutik Supriyati, Divisi Pendidikan Yayasan Magnet Rezeki Indonesia Koordinator Wilayah Jogja, Solo, Klaten, 21 Mei 2018.

Lampiran 1

KUISIONER

Penelitian Tentang:

**RESPON KARYAWAN PT. CIPTA SARINA VIDI TERHADAP DAKWAH
“AUDIO MAGENT REZEKI” MELALUI MEDIA SOSIAL TELEGRAM**

DAFTAR PERTANYAAN

Petunjuk Pengisian

1. Tulislah data biografi saudara yang sesuai dengan keadaan saudara pada saat ini.
2. Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan pendapat saudara dengan memberi tanda silang (X)

Identitas Responden

Nama :
Umur :
Pekerjaan :
Pendidikan terakhir :

PERTANYAAN

1. Apakah saudara pernah mendengarkan Audio Magnet Rezeki yang disampaikan oleh Ust Nasrullah melalui media sosial telegram ?
 - a. Sangat Sering
 - b. Sering
 - c. Kurang Sering

2. Apakah saudara mendengarkan audio tersebut dari awal sampai akhir ?
- a. Sangat Sering
b. Sering
c. Kurang Sering
d. Tidak pernah
3. Berapa kali dalam satu minggu saudara mendengarkan Audio Maget Rezeki melalui media sosial telegram?
- a. Tujuh Kali (setiap hari)
b. 5-6 kali
c. 3-4 kali
d. 1-2 kali
4. Waktu yang tersedia untuk Audio Magnet Rezeki kurang lebih 30-50 menit, menurut saudara?
- a. Sangat Cukup
b. Cukup
c. Kurang
d. Sangat Kurang
5. Apa alasan anda menjawab soal no.4?
- a. Sangat Menarik
b. Menarik
c. Kurang menarik
d. Tidak menarik
6. Apakah saudara dapat memahami isi dan materi pesan yang disampaikan melalui audio tersebut?.
- a. Sangat paham
b. paham
c. Kurang paham
d. Tidak Paham

7. Apakah saudara membutuhkan siraman rohani seperti halnya Audio Magnet Rezeki?

- a. Sangat membutuhkan
- b. Membutuhkan
- c. Kurang membutuhkan
- d. Tidak membutuhkan

8. Apakah Ustadz Nasrullah menguasai materi yang disampaikan?

- a. Sangat menguasai
- b. menguasai
- c. Kurang menguasai
- d. Tidak menguasai

9. Bagaimana Ustadz Nasrullah menjelaskan pesan-pesan dakwahnya?

- a. Sangat jelas
- b. jelas
- c. Kurang jelas
- d. Tidak jelas

10. Bagaimana gaya bahasa yang digunakan didalam audio tersebut?

- a. Sangat baik
- b. baik
- c. Kurang baik
- d. Tidak baik

11. Bagaimana pendapat saudara terhadap Audio Magnet Rezeki dalam penyampaian pesan dakwah menggunakan bahasa campuran Indonesia-Inggris?

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Kurang setuju
- d. Tidak setuju

12. Apakah saudara menyukai materi dakwah tentang perisai rezeki?

- a. Sangat menyukai
- b. Menyukai
- c. Kurang menyukai
- d. Tidak menyukai

13. Apakah saudara menyukai materi dakwah tentang menjaga terumbu karang?

- a. Sangat menyukai
- b. Menyukai
- c. Kurang menyukai
- d. Tidak menyukai

14. Apakah saudara menyukai materi dakwah tentang low of projection?

- a. Sangat menyukai
- b. Menyukai
- c. Kurang menyukai
- d. Tidak menyukai

15. Apakah saudara menyukai materi dakwah tentang paradox of candy?

- a. Sangat menyukai
- b. Menyukai
- c. Kurang menyukai
- d. Tidak menyukai

16. Apakah saudara mendukung keberadaan Audio Magnet Rezeki melalui media sosial telegram?

- a. Sangat mendukung
- b. Mendukung
- c. Kurang mendukung
- d. Tidak mendukung

17. Apakah pesan-pesan dakwah di Audio Magnet Rezeki melalui media sosial telegram menyentuh hati saudara?

a. Sangat menyentuh

c. Kurang menyentuh

b. Menyentuh hati

d. Tidak menyentuh



Lampiran II

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

1. Bagaimana sejarah berdirinya PT. Cipta Sarina Vidi?
2. Apa visi dan Misi PT. Cipta Sarina Vidi?
3. Berapa jumlah karyawan PT. Cipta Sarina Vidi?
4. Dimanakah alamat kantor pusat PT. Cipta Sarina Vidi?
5. Apa media sosial PT. Cipta Sarina Vidi?
6. Apa sajakah Jenis-jenis Perusahaan PT. Cipta Sarina Vidi?
7. Bagaimanakah Struktur Manajemen PT. Cipta Sarina Vidi?
8. Apa itu Audio Magnet Rezeki?
9. Apa itu Yayasan Magnet Rezeki Indonesia?
10. Bagaimanakah susunan pengurus Yayasan Magnet Rezeki Koordinator Wilayah Jogja, Solo, dan Klaten?
11. Apakah program kerja pengurus Yayasan Magnet Rezeki Koordinator Wilayah Jogja, Solo, dan Klaten?

Lampiran III

HASIL UJI VALIDITAS

Correlations

| | | SOAL1 | SOAL2 | SOAL3 | SOAL4 | SOAL5 | SOAL6 | SOAL7 | SOAL8 | SOAL9 | SOAL10 | SOAL11 | SOAL12 | SOAL13 | SOAL14 | SOAL15 | SOAL16 | SOAL17 | SKOR_TOT AL | |
|--------|---------------------|--------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----------------|----|
| SOAL 1 | Pearson Correlation | 1 | .176 | .085 | .720** | .225 | -.038 | .219 | -.118 | .127 | .000 | .000 | .211 | .088 | .000 | -.106 | .088 | .000 | .486** | |
| | Sig. (2-tailed) | | .170 | .510 | .000 | .079 | .767 | .087 | .359 | .324 | 1.000 | 1.000 | .100 | .498 | 1.000 | .414 | .498 | 1.000 | .000 | |
| | N | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 |
| SOAL 2 | Pearson Correlation | .176 | 1 | -.054 | .174 | .024 | .049 | .162 | -.050 | -.081 | .051 | .119 | .179 | .148 | -.040 | -.089 | .074 | -.119 | .339** | |
| | Sig. (2-tailed) | .170 | | .676 | .176 | .854 | .707 | .208 | .699 | .532 | .693 | .357 | .165 | .250 | .756 | .490 | .566 | .356 | .007 | |
| | N | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 |
| SOAL 3 | Pearson Correlation | .085 | -.054 | 1 | .161 | .096 | .230 | -.086 | .209 | .472** | .026 | -.037 | .174 | .127 | .099 | .174 | .217 | .363** | .459** | |
| | Sig. (2-tailed) | .510 | .676 | | .212 | .460 | .072 | .507 | .103 | .000 | .841 | .774 | .176 | .324 | .444 | .176 | .090 | .004 | .000 | |
| | N | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 |
| SOAL 4 | Pearson Correlation | .720** | .174 | .161 | 1 | .317* | -.074 | .272* | .076 | .171 | .029 | .300* | .207 | .186 | .038 | -.053 | .114 | .056 | .631** | |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .176 | .212 | | .012 | .566 | .032 | .560 | .184 | .824 | .018 | .106 | .147 | .770 | .681 | .377 | .665 | .000 | |
| | N | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 |
| SOAL 5 | Pearson Correlation | .225 | .024 | .096 | .317* | 1 | .041 | .042 | .008 | .001 | .013 | .224 | .110 | .019 | -.068 | -.032 | .019 | -.006 | .334** | |
| | Sig. (2-tailed) | .079 | .854 | .460 | .012 | | .752 | .747 | .952 | .991 | .919 | .079 | .394 | .883 | .597 | .804 | .883 | .962 | .008 | |
| | N | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 |
| SOAL 6 | Pearson Correlation | -.038 | .049 | .230 | -.074 | .041 | 1 | -.139 | .088 | .201 | .131 | -.138 | .088 | -.052 | -.033 | -.009 | .029 | .146 | .259* | |
| | Sig. (2-tailed) | .767 | .707 | .072 | .566 | .752 | | .281 | .497 | .117 | .311 | .286 | .498 | .688 | .802 | .942 | .825 | .256 | .042 | |
| | N | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 |
| SOAL 7 | Pearson Correlation | .219 | .162 | -.086 | .272* | .042 | -.139 | 1 | .279* | .134 | .156 | .141 | .089 | -.004 | .164 | .089 | .112 | .057 | .374** | |
| | Sig. (2-tailed) | .087 | .208 | .507 | .032 | .747 | .281 | | .028 | .300 | .225 | .274 | .489 | .977 | .204 | .489 | .388 | .661 | .003 | |
| | N | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 |
| SOAL 8 | Pearson Correlation | -.118 | -.050 | .209 | .076 | .008 | .088 | .279* | 1 | .602** | .211 | .196 | .145 | .181 | .231 | .295* | .555** | .543** | .512** | |
| | Sig. (2-tailed) | .359 | .699 | .103 | .560 | .952 | .497 | .028 | | .000 | .100 | .128 | .260 | .159 | .070 | .020 | .000 | .000 | .000 | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | N | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 |
| SOAL 9 | Pearson Correlation | .127 | -.081 | .472** | .171 | .001 | .201 | .134 | .602** | 1 | .068 | -.049 | .187 | .099 | .284* | .349** | .501** | .851** | .603** |
| | Sig. (2-tailed) | .324 | .532 | .000 | .184 | .991 | .117 | .300 | .000 | | .597 | .708 | .145 | .442 | .025 | .005 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 |
| SOAL 10 | Pearson Correlation | .000 | .051 | .026 | .029 | .013 | .131 | .156 | .211 | .068 | 1 | .083 | .553** | .435** | .209 | .247 | .435** | .105 | .355** |
| | Sig. (2-tailed) | 1.000 | .693 | .841 | .824 | .919 | .311 | .225 | .100 | .597 | | .520 | .000 | .000 | .103 | .053 | .000 | .415 | .005 |
| | N | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 |
| SOAL 11 | Pearson Correlation | .000 | .119 | -.037 | .300* | .224 | -.138 | .141 | .196 | -.049 | .083 | 1 | .057 | .121 | -.069 | -.061 | .022 | -.102 | .300* |
| | Sig. (2-tailed) | 1.000 | .357 | .774 | .018 | .079 | .286 | .274 | .128 | .708 | .520 | | .657 | .349 | .594 | .636 | .864 | .429 | .018 |
| | N | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 |
| SOAL 12 | Pearson Correlation | .211 | .179 | .174 | .207 | .110 | .088 | .089 | .145 | .187 | .553** | .057 | 1 | .580** | .404** | .198 | .358** | .242 | .526** |
| | Sig. (2-tailed) | .100 | .165 | .176 | .106 | .394 | .498 | .489 | .260 | .145 | .000 | .657 | | .000 | .001 | .122 | .004 | .058 | .000 |
| | N | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 |
| SOAL 13 | Pearson Correlation | .088 | .148 | .127 | .186 | .019 | -.052 | -.004 | .181 | .099 | .435** | .121 | .580** | 1 | .504** | .358** | .262* | .153 | .433** |
| | Sig. (2-tailed) | .498 | .250 | .324 | .147 | .883 | .688 | .977 | .159 | .442 | .000 | .349 | .000 | | .000 | .004 | .040 | .235 | .000 |
| | N | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 |
| SOAL 14 | Pearson Correlation | .000 | -.040 | .099 | .038 | -.068 | -.033 | .164 | .231 | .284* | .209 | -.069 | .404** | .504** | 1 | .887** | .103 | .353** | .365** |
| | Sig. (2-tailed) | 1.000 | .756 | .444 | .770 | .597 | .802 | .204 | .070 | .025 | .103 | .594 | .001 | .000 | | .000 | .424 | .005 | .004 |
| | N | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 |
| SOAL 15 | Pearson Correlation | -.106 | -.089 | .174 | -.053 | -.032 | -.009 | .089 | .295* | .349** | .247 | -.061 | .198 | .358** | .887** | 1 | .136 | .420** | .328** |
| | Sig. (2-tailed) | .414 | .490 | .176 | .681 | .804 | .942 | .489 | .020 | .005 | .053 | .636 | .122 | .004 | .000 | | .292 | .001 | .009 |
| | N | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 |
| SOAL 16 | Pearson Correlation | .088 | .074 | .217 | .114 | .019 | .029 | .112 | .555** | .501** | .435** | .022 | .358** | .262* | .103 | .136 | 1 | .598** | .516** |
| | Sig. (2-tailed) | .498 | .566 | .090 | .377 | .883 | .825 | .388 | .000 | .000 | .000 | .864 | .004 | .040 | .424 | .292 | | .000 | .000 |
| | N | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 |
| SOAL 17 | Pearson Correlation | .000 | -.119 | .363** | .056 | -.006 | .146 | .057 | .543** | .851** | .105 | -.102 | .242 | .153 | .353** | .420** | .598** | 1 | .514** |
| | Sig. (2-tailed) | 1.000 | .356 | .004 | .665 | .962 | .256 | .661 | .000 | .000 | .415 | .429 | .058 | .235 | .005 | .001 | .000 | | .000 |
| | N | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 |
| SKOR_TOTAL | Pearson Correlation | .486** | .339** | .459** | .631** | .334** | .259* | .374** | .512** | .603** | .355** | .300* | .526** | .433** | .365** | .328** | .516** | .514** | 1 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|----|----|
| Sig. (2-tailed) | .000 | .007 | .000 | .000 | .008 | .042 | .003 | .000 | .000 | .005 | .018 | .000 | .000 | .004 | .009 | .000 | .000 | | |
| N | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 | 62 |

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .676 | 17 |



Lampiran IV

ANALISIS ITEM SOAL

Soal Nomor 1

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Kurang Sering | 12 | 19.4 | 19.4 | 19.4 |
| Sering | 38 | 61.3 | 61.3 | 80.6 |
| Sangat Sering | 12 | 19.4 | 19.4 | 100.0 |
| Total | 62 | 100.0 | 100.0 | |

Soal Nomor 2

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Tidak Pernah | 9 | 14.5 | 14.5 | 14.5 |
| Kurang Sering | 13 | 21.0 | 21.0 | 35.5 |
| Sering | 40 | 64.5 | 64.5 | 100.0 |
| Total | 62 | 100.0 | 100.0 | |

Soal Nomor 3

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 1-2 Kali | 29 | 46.8 | 46.8 | 46.8 |
| 3-4 Kali | 29 | 46.8 | 46.8 | 93.5 |
| 5-6 Kali | 4 | 6.5 | 6.5 | 100.0 |
| Total | 62 | 100.0 | 100.0 | |

Soal Nomor 4

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Sangat Kurang | 3 | 4.8 | 4.8 | 4.8 |
| Kurang | 12 | 19.4 | 19.4 | 24.2 |
| Cukup | 35 | 56.5 | 56.5 | 80.6 |
| Sangat Cukup | 12 | 19.4 | 19.4 | 100.0 |
| Total | 62 | 100.0 | 100.0 | |

Soal Nomor 5

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Menarik | 43 | 69.4 | 69.4 | 69.4 |
| Sangat Menarik | 19 | 30.6 | 30.6 | 100.0 |
| Total | 62 | 100.0 | 100.0 | |

Soal Nomor 6

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Kurang Paham | 8 | 12.9 | 12.9 | 12.9 |
| Paham | 29 | 46.8 | 46.8 | 59.7 |
| Sangat Paham | 25 | 40.3 | 40.3 | 100.0 |
| Total | 62 | 100.0 | 100.0 | |

Soal Nomor 7

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Membutuhkan | 41 | 66.1 | 66.1 | 66.1 |
| Sangat Membutuhkan | 21 | 33.9 | 33.9 | 100.0 |
| Total | 62 | 100.0 | 100.0 | |

Soal Nomor 8

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Meguasai | 46 | 74.2 | 74.2 | 74.2 |
| Sangat Menguasai | 16 | 25.8 | 25.8 | 100.0 |
| Total | 62 | 100.0 | 100.0 | |

Soal Nomor 9

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Jelas | 49 | 79.0 | 79.0 | 79.0 |
| Sangat Jelas | 13 | 21.0 | 21.0 | 100.0 |
| Total | 62 | 100.0 | 100.0 | |

Soal Nomor 10

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Baik | 59 | 95.2 | 95.2 | 95.2 |
| Sangat Baik | 3 | 4.8 | 4.8 | 100.0 |
| Total | 62 | 100.0 | 100.0 | |

Soal Nomor 11

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Kurang Setuju | 6 | 9.7 | 9.7 | 9.7 |

| | | | | |
|---------------|----|-------|-------|-------|
| Setuju | 42 | 67.7 | 67.7 | 77.4 |
| Sangat Setuju | 14 | 22.6 | 22.6 | 100.0 |
| Total | 62 | 100.0 | 100.0 | |

Soal Nomor 12

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Menyukai | 58 | 93.5 | 93.5 | 93.5 |
| Sangat Menyukai | 4 | 6.5 | 6.5 | 100.0 |
| Total | 62 | 100.0 | 100.0 | |

Soal Nomor 13

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Menyukai | 56 | 90.3 | 90.3 | 90.3 |

| | | | | |
|-----------------|----|-------|-------|-------|
| Sangat Menyukai | 6 | 9.7 | 9.7 | 100.0 |
| Total | 62 | 100.0 | 100.0 | |

Soal Nomor 14

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid menyukai | 57 | 91.9 | 91.9 | 91.9 |
| Sangat Menyukai | 5 | 8.1 | 8.1 | 100.0 |
| Total | 62 | 100.0 | 100.0 | |

Soal Nomor 15

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Menyukai | 58 | 93.5 | 93.5 | 93.5 |

| | | | | |
|-----------------|----|-------|-------|-------|
| Sangat Menyukai | 4 | 6.5 | 6.5 | 100.0 |
| Total | 62 | 100.0 | 100.0 | |

Soal Nomor 16

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Mendukung | 56 | 90.3 | 90.3 | 90.3 |
| Sangat Mendukung | 6 | 9.7 | 9.7 | 100.0 |
| Total | 62 | 100.0 | 100.0 | |

Soal Nomor 17

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Menyentuh Hati | 52 | 83.9 | 83.9 | 83.9 |

| | | | | |
|------------------|----|-------|-------|-------|
| Sangat Menyentuh | 10 | 16.1 | 16.1 | 100.0 |
| Total | 62 | 100.0 | 100.0 | |



| RESPONDEN | UMUR | PENDIDIKAN TERAKHIR | ITEM SOAL | | | | | | | | | | | | | | | | | Skor Total |
|----------------|----------|---------------------|-----------|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|------------|
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | |
| Anisa I | 24 Tahun | S1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 49 |
| Hening K | 25 Tahun | D3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 51 |
| Lativa W | 27 Tahun | D3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 52 |
| Dhiwal N | 28 Tahun | SMK | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 50 |
| Syarifudin | 38 Tahun | SMA | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 47 |
| Raharjo | 39 Tahun | SMA | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 48 |
| Naluri | 38 Tahun | SMA | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 50 |
| Jumadi | 35 Tahun | SMA | 3 | 1 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 45 |
| Lativa | 30 Tahun | D3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 48 |
| Yusuf | 39 Tahun | D3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 46 |
| Sutardi | 39 Tahun | SMA | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 50 |
| Desi | 37 Tahun | SMA | 2 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 46 |
| Lili M | 38 Tahun | S1 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 49 |
| Baskoro | 37 Tahun | S1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 47 |
| Siti M | 32 Tahun | D3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 50 |
| Aprilia R | 35 Tahun | D3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 53 |
| Apriyanto | 35 Tahun | SMK | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 50 |
| Noor Sabowasan | 33 Tahun | S1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 54 |
| Heru R | 36 Tahun | S1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 54 |
| Eka W | 37 Tahun | D3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 52 |
| Yuni Sekar B | 45 Tahun | S1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 47 |
| Umi Seri | 38 Tahun | SMA | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 52 |
| Surajiem | 38 Tahun | SMA | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 50 |
| Agus R | 40 Tahun | SMA | 3 | 3 | 1 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 50 |
| Parijo | 49 Tahun | SMA | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 48 |
| Yunar | 42 Tahun | SMA | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 48 |
| Robert | 43 Tahun | D3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 50 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------|----------|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| Sugeng P | 45 Tahun | SMA | 4 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 51 |
| Wibowo | 43 Tahun | SMA | 4 | 3 | 1 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 51 |
| Nendi S | 46 Tahun | SMA | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 48 |
| Rusdi | 43 Tahun | D3 | 4 | 3 | 1 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 53 |
| Heri K | 45 Tahun | SMA | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 47 |
| Tugiman | 45 Tahun | SMA | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 53 |
| Supri | 40 Tahun | SMA | 3 | 1 | 1 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 49 |
| Wahid | 41 Tahun | SMA | 3 | 3 | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 50 |
| Luluk B | 44 Tahun | D3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 50 |
| Hendri | 41 Tahun | D3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 52 |
| Tugiman | 45 Tahun | S1 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 49 |
| B Elly Ermawan | 44 Tahun | D3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 50 |
| Udik Sulardi | 47 Tahun | SMA | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 59 |
| Siti Virasih | 43 Tahun | SMA | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 53 |
| Agung Pujiono | 45 Tahun | S1 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 55 |
| Yaskiku | 41 Tahun | D3 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 55 |
| Ngatirman | 53 Tahun | SMA | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 52 |
| Tukiman | 49 Tahun | SMP | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 62 |
| Endang Tri H | 46 Tahun | SMP | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 50 |
| Sugito | 48 Tahun | SMP | 2 | 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 49 |
| Harning Yuangsi | 43 Tahun | S2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 48 |
| Yusuf Iswahyudi | 41 Tahun | D3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 53 |
| Sarjiyono | 48 Tahun | SMA | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 56 |
| M Rofiq | 48 Tahun | SMA | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 57 |
| Yuniatun | 47 Tahun | SMA | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 52 |
| Upik Sarimanah | 40 Tahun | SMP | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 58 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------|----------|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| Flis S | 49 Tahun | SMA | 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 53 |
| Sukirjo | 50 Tahun | SMA | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 51 |
| Muliman | 50 Tahun | SMA | 4 | 3 | 1 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 53 |
| Satirin | 39 Tahun | SMP | 3 | 2 | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 49 |
| Tri H | 50 Tahun | S1 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 50 |
| Murti N | 40 Tahun | SMA | 3 | 3 | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 50 |
| Aduh Arwi | 49 Tahun | SMP | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 55 |
| Nur Hadi | 40 Tahun | SMP | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 56 |
| Paryanto | 54 Tahun | SMP | 4 | 3 | 1 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 55 |



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Ahmad Paisal Padang
Tempat/Tgl. Lahir : Sumberjo, 25 Maret 1997
Nama Ayah : Nelson Padang
Nama Ibu : Hamdiah Br Siregar



B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal

- a. Madrasah Ibtidaiyah Subulussalam Sumberjo, 2009
- b. Pondok Pesantren Ar-Raudlatul Hasanah Medan, 2012
- c. Pondok Pesantren Ar-Raudlatul Hasanah Medan, 2015

2. Pendidikan Non-Formal

- a. Certified Trainer Magnet Rezeki
- b. Certified Sekolah Trainer Motivator Indonesia
- c. Certified Neo NLP
- d. Rumah Hafidz Indonesia 2019
- e. Tahfidz Leadership Batch 6 2019

C. Pengalaman Organisasi

1. Himpunan Mahasiswa Labuhanbatu Selatan Yogyakarta (HIMALABUSEL YK)
2. Sunan Kalijaga Televisi (SUKA TV)
3. Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII)
4. Pengurus Magnet Rezeki JOSOKLA (Jogja, Solo dan Klaten)

Diberikan kepada:

Sebagai :

PESERTA

Orientasi Pengenalan Akademik Dan Kemahasiswaan
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Pada Tanggal 20-22 Agustus 2015

Mengetahui,

Wakil Rektor

Bid. Kemahasiswaan dan Kerjasama

UIN Sunan Kalijaga



Dr. Siti Rahmanti Dzuhayatin, MA

NIP. 19630517 199003 2 002

Yogyakarta, 22 Agustus 2015

Ketua Panitia

M. Muqbil Faiz

NIM. 13360019



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KEMENTERIAN AGAMA

UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta Telp: 0274-515856 Email : fd@uin-suka.ac.id

SERTIFIKAT

NO : B-1191/Uh.02/DD/PP.01.2/06/2016

Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga dengan ini menyatakan bahwa :

AHMAD PAISAL PADANG

15210103

LULUS dengan Nilai 90 (A)

Ujian sertifikasi Baca Tulis Al-Qur'an yang diselenggarakan oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

Dekan



Dr. Nurjannah, M.Si.

NIP. 19600310 198703 2 001

Yogyakarta, 01 Juni 2016
Ketua

Alimatul Qibtiyah, S.Ag. MSI., MA., Ph.D
NIP. 19710919 199603 2 001

INTEGRATIF-INTERKONEKTIF

DEDIKATIF-INOVATIF

INKLUSIF-CONTINUOUS IMPROVEMENT



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
LEMBAGA PENELITIAN DAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SERTIFIKAT

Nomor: B-350.3/Un.02/L.3/PM.03.2/P3.658/10/2018

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) UIN Sunan Kalijaga memberikan sertifikat kepada:

Nama : Ahmad Paisal Padang
Tempat, dan Tanggal Lahir : Sumberjo, 25 Maret 1997
Nomor Induk Mahasiswa : 15210103
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integrasi-Interkoneksi Semester Pendek, Tahun Akademik 2017/2018 (Angkatan ke-96), di:

Lokasi : Crangah, Hargotirto
Kecamatan : Kokap
Kabupaten/Kota : Kab. Kulonprogo
Propinsi : D.I. Yogyakarta

dari tanggal 04 Juli s.d. 31 Agustus 2018 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 97,04 (A). Sertifikat ini diberikan sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan status mata kuliah intra kurikuler dan sebagai syarat untuk dapat mengikuti ujian Munaqasyah Skripsi.



Yogyakarta, 02 Oktober 2018

Ketua



Prof. Dr. Phil. At Makin, S.Ag., M.A.

NIP. 19720912 200112 1 002



MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS
STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
CENTER FOR LANGUAGE DEVELOPMENT

TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.21.10.156/2019

This is to certify that:

Name : **Ahmad Paisal Padang**
Date of Birth : **March 25, 1997**
Sex : **Male**

achieved the following scores on the Test of English Competence (TOEC) held on **January 09, 2019** by Center for Language Development of State Islamic University Sunan Kalijaga:

| CONVERTED SCORE | |
|--------------------------------|------------|
| Listening Comprehension | 40 |
| Structure & Written Expression | 41 |
| Reading Comprehension | 48 |
| Total Score | 430 |

Validity: 2 years since the certificate's issued



Yogyakarta, January 09, 2019

Director,

Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19680915 199803 1 005



UJIAN SERTIFIKASI TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

diberikan kepada

Nama : Ahmad Paisal Padang, C.T.MR
 NIM : 15210103
 Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi
 Jurusan/Prodi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam
 Dengan Nilai :

| No. | Materi | Nilai | |
|--------------------|-----------------------|-----------|-------|
| | | Angka | Huruf |
| 1. | Microsoft Word | 80 | B |
| 2. | Microsoft Excel | 40 | E |
| 3. | Microsoft Power Point | 90 | A |
| 4. | Internet | 95 | A |
| 5. | Total Nilai | 76,25 | B |
| Predikat Kelulusan | | Memuaskan | |

Standar Nilai:

| Nilai | | Predikat |
|----------|-------|------------------|
| Angka | Huruf | |
| 86 - 100 | A | Sangat Memuaskan |
| 71 - 85 | B | Memuaskan |
| 56 - 70 | C | Cukup |
| 41 - 55 | D | Kurang |
| 0 - 40 | E | Sangat Kurang |

Yogyakarta, 15 April 2019



Dr. Sho'watul'Uyun, S.T., M.Kom.
 NIP. 19820511 200604 2 002



شهادة
اختبار كفاءة اللغة العربية
الرقم: UIN.02/L4/PM.03.2/6.21.12.2/2019

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأن

الاسم : Ahmad Paisal Padang :

تاريخ الميلاد : ٢٥ مارس ١٩٩٧

قد شارك في اختبار كفاءة اللغة العربية في ٣ يناير ٢٠١٩, وحصل على
درجة :

| | |
|-----|---------------------------------------|
| ٤٥ | فهم المسموع |
| ٤٧ | التراكيب النحوية و التعبيرات الكتابية |
| ٤٦ | فهم المقروء |
| ٤٦٠ | مجموع الدرجات |

هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

جو كجاكرتا, ٣ يناير ٢٠١٩
المدير





Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.

رقم التوظيف : ١٩٦٨٠٩١٥١٩٩٨٠٣١٠٠٥



Nomor: UIN.02/R.3/PM.03.2/4397/2015



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA**

Sertifikat

diberikan kepada:

Nama : AHMAD PAISAL PADANG
NIM : 15210103
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Sebagai Peserta

atas keberhasilannya mengikuti seluruh kegiatan

**SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI
Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Tahun Akademik 2015/2016**

Tanggal 24 s.d. 26 Agustus 2015 (24 jam pelajaran)

Yogyakarta, 1 September 2015

dan
Rektor



Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama

Dr. Siti Runaini Dzuhayatin, M.A.

NIP. 19630517 199003 2 002

SERTIFIKAT MAGANG PROFESI

Pimpinan : Majalah Bangkit

Menerangkan bahwa :

Nama : Ahmad Paisal Padang
NIM : 15210103
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga

Telah melaksanakan Magang Profesi di Bangkitmedia
selama 3 bulan mulai dari 1 Oktober 2018
sampai dengan 31 Desember 2018 dengan hasil **BAIK**.

Yogyakarta, 25 Januari 2019
Pimpinan Redaksi



Muhammadun

Certificate

This is to certify that Mr./Mrs. :

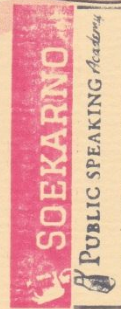
Ahmad Paisal Padang, C.STMI

Has successfully participated in the one day training held by STMI with the following topics :

1. Certified Story Telling from STMI
2. Certified Communication Skills from STMI
3. Certified Public Speaking 100% Total from STMI
4. Certified Ice Breaking from STMI
5. Certified Introduce to Neuro Linguistic Programming (NLP) International from STMI
6. Certified Presentation from STMI
7. Certified Motivation from STMI

STMI Batch 181 Solo Minggu 9 September 2018

Headmaster Trainer and Motivator Indonesia



Saktisyahputra, S.I.Kom, M.I.Kom, C.NLP, CM.NLP, CH, CHT, CMSP, CPCS, CSTS, CPS, CTHRNLP



**RUMAH HAFIDZ
INDONESIA**



سَيِّدَةُ الْبَرِيَّةِ

RUMAH HAFIDZ INDONESIA

Menyatakan Bahwa :

Ahmad Paisal Padang

Telah Berhasil Menyelesaikan Setoran Hafalan Al-Qur'an Sebanyak (15 Juz)
di "Dauroh Al-Qur'an Indonesia Menghafal 50 Hari Hafal 10 s/d 30 Juz & Paham Artinya" Angkatan 17
Yang Diselenggarakan Oleh Rumah Hafidz Indonesia
Pada Tanggal 15 Januari - 05 Maret 2019

Bogor, 28 Jumadil Akhir 1440 H
05 Maret 2019

Ust. Badhlil Husaini
Pimpinan Dauroh Angkatan 17

**RUMAH HAFIDZ
INDONESIA**

Ust. Safrudin
Ketua Rumah Hafidz Indonesia



1000-55007-0176



Certificate

this is to acknowledge that

Ahmad Paisal Padang

has participated

ESQ 165 New Chapter Training

On May, 19th - 20th 2018

Granada Ballroom, Menara 165 - Jakarta

Dr. (HC) Ary Ginanjar Agustian

Menara 165 - Lantai 24
Jl. TB Simatupang Kav.1 Cilandak, Jakarta Selatan
T: +6221 2940 6999; E: esq.info@esq165.co.id; W: esqway165.com



Hereby certifies that

Ahmad Faisal Padang

Having satisfactorily completed the course of study is herewith and henceforth recognized as a

NNLP Practitioner

and has met accepted professional standards, with all the privileges and responsibilities therein. In witness whereof, the signature of the Chairman of our Board of Executives is hereunto affixed on this

8th Day of April 2018

Ferris Firmansyah, CHt., CT.MR., CT.NNLP

Certified Trainer of NNLP

Sydney Panjiagung

Chairman of NNLP Society

Sertifikat

No : T02021/TFT/IV/2018

Diberikan Kepada :

Ahmad Paisal Padang

Telah berhasil menyelesaikan pelatihan

Training For Trainer (TFT)

Pada Tanggal :

23 - 25 April 2018, di Hotel Bahtera
Puncak Bogor



Nasrullah

No Barcode :



Masa berlaku sertifikat s/d 25 April 2020