

**DAKWAH REAL MASJID 2.0: STUDI TENTANG EFEK DAKWAH
MAD'U DALAM PROGRAM *STAR DAY NITE***



SKRIPSI

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

Oleh:

Laela Hanifi

19102010071

Pembimbing:

Muhammad Diak Udin, M.Sos.

NIP. 19881224 202012 1 004

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2023**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1489/Un.02/DD/PP.00.9/08/2023

Tugas Akhir dengan judul : DAKWAH REAL MASJID 2.0: STUDI TENTANG EFEK DAKWAH MAD'U
DALAM PROGRAM *STAR DAY NITE*

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : LAELA HANIFI
Nomor Induk Mahasiswa : 19102010071
Telah diujikan pada : Rabu, 16 Agustus 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Muhammad Diak Udin, M.Sos.
SIGNED

Valid ID: 64eda6fe4450e



Penguji I

Mochammad Sinung Restendy, M.Sos.
SIGNED

Valid ID: 64eda5202a139



Penguji II

Muhamad Lutfi Habibi, M.A.
SIGNED

Valid ID: 64ed9e4fb121e



Yogyakarta, 16 Agustus 2023
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 64edac49ac8b3



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah & Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
di Yogyakarta

Assalamualaikum Wr.Wb.

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

Nama : Laela Hanifi
NIM : 19102010071
Judul Skripsi : Dakwah Real Masjid 2.0: Studi Tentang Efek Dakwah Mad'u
Dalam Program *Starday Nite*

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

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

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 21 Agustus 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dosen Pembimbing Skripsi

Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si.

NIP. 19840307 201101 1 013

Muhammad Diak Udin, M.Sos.

NIP. 19881224 202012 1 004

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Laela Hanifi
NIM : 19102010071
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul “Dakwah Real Masjid 2.0: Studi Tentang Efek Dakwah Mad’u Dalam Program *Starday Nite*” 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 mempertanggung jawabkannya sesuai hukum yang berlaku. Demikian surat pertanyaan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 20 Agustus 2023

Yang menyatakan,



Laela Hanifi
Laela Hanifi

NIM. 19102010071

SURAT PERNYATAAN BERJILBAB

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Laela Hanifi
NIM : 19102010071
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan bahwa saya menyerahkan diri dengan mengenakan jilbab untuk dipasang pada ijazah saya. Atas segala konsekuensi yang timbul di kemudian hari sehubungan dengan pemasangan pasfoto berjilbab pada ijazah saya tersebut adalah menjadi tanggung jawab saya sepenuhnya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 20 Agustus 2023

Yang menyatakan,



Laela Hanifi
Laela Hanifi

NIM. 19102010071

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan bahagia,
skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua tercinta,

Bapak Anton Ariyadi dan Mama Winarti,

serta adik-adik tersayang Atwan dan Arkan.

Terima kasih atas segala kasih sayang, dukungan, pengorbanan,
dan do'a baik yang tiada hentinya.

Serta almamater tercinta, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam,

Fakultas Dakwah dan Komunikasi,

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.



MOTTO

“Jagalah Allah, maka Dia akan menjagamu.”

(HR. Tirmidzi)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Dakwah Milenial: Studi Tentang Efek Dakwah Real Masjid 2.0 Yogyakarta dalam Program *Starday Nite*”. Shalawat dan salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu A'laihi Wasallam yang senantiasa penulis harapkan syafaatnya kelak di yaumul qiyamah.

Sejak awal hingga akhir proses penyusunan skripsi ini tentunya tidak lepas dari hambatan dan kesulitan di dalamnya. Akan tetapi berkat usaha penulis serta dukungan, bimbingan, motivasi dan do'a dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Dalam kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas rahmat dan pertolonganNya.
2. Prof. Dr. Phil. Al Makin, M.A., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si. selaku Kepala Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Mochammad Sinung Restendy, M.Sos. selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah membantu dalam permasalahan akademik.

6. Muhammad Diak Udin, M.Sos. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak meluangkan waktunya, selalu siap memberikan bimbingan, arahan, nasihat dan dukungan dengan sangat baik selama penyusunan skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan ilmu, nasihat serta pengalamannya.
8. Staff Tata Usaha Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan kemudahan administrasi selama proses perkuliahan.
9. Kedua orang tua tercinta, Bapak Anton Ariyadi dan Mama Winarti, terima kasih tak terhingga atas segala do'a, kasih sayang dan dukungan yang selalu membersamai penulis.
10. Kedua adik tampun penulis, Atwan Haziq dan Arkan Bana, terima kasih telah senantiasa menghibur dan mendoakan penulis.
11. Sobat "BU BUCIN" di Bekashy, Della, Nurul, Cumi, Mijen, Salim, Acip, yang selalu memberikan motivasi penulis untuk segera menyelesaikan skripsi lewat pertanyaan "kapan balik lek?".
12. Sobat "Rang Orang Nggak Punya Ayang", Itsna, Rifka, Ihdha, yang telah sabar menghadapi slow respon penulis. Dan teman-teman alumni Assalaam yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
13. Teman terdekat penulis selama menempuh perkuliahan, Himas, Dayu, Qorry, Cut, Tiara, Nana, Irawati, Alvin, Asrop dan roommate mabaku Vio. Terima kasih telah menemani masa perkuliahan penulis dengan warna warni dunia pertemanan.

14. Teman diskusi sekaligus fangirlingku, Nurul dan Enna. Terima kasih telah berkunjung ke kos.
15. Teman seperdpsan Diva, no words describe you. Terima kasih telah berjuang bersama dua bulan terakhir ini.
16. Teman-teman KPI 2019 dan Teman-teman RASIDA FM yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih telah memberikan support dan banyak kenangan kepada penulis selama masa perkuliahan dan organisasi.
17. Para musisi favorit penulis, terima kasih atas karya yang telah menemani selama penulisan skripsi.
18. Terakhir, terima kasih kepada diri sendiri. Kamu keren banget lek.

Demikian terima kasih penulis sampaikan, semoga segala kebaikan yang diberikan mendapat balasan yang lebih baik dari Allah Subhanahu Wa Ta'ala. Penulis menyadari penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu segala saran dan kritik yang membangun akan sangat membantu semi kemajuan penelitian selanjutnya. Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala senantiasa memberikan rahmatnya.

Yogyakarta, 18 Agustus 2023

Penulis

Laela Hanifi

NIM. 19102010071

ABSTRAK

Laela Hanifi (19102010071), *Dakwah Real Masjid 2.0: Studi Tentang Efek Dakwah Mad'u dalam Program Starday Nite*, Skripsi, Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Perkembangan teknologi pada kehidupan saat ini menjadi salah satu tantangan besar dalam proses dakwah. Dakwah yang biasanya dilaksanakan secara konvensional atau tatap muka, kini tak sedikit beralih kepada dakwah digital. Akibatnya dakwah konvensional bisa terancam dan perlu dilakukan inovasi-inovasi yang menarik untuk tetap mempertahankan programnya. Sebagai intitusi pendidikan agama Islam pertama, masjid harus selalu siap mempertahankan perannya sebagai media dakwah umat Islam. Penyelenggaraan kajian-kajian baik dalam bentuk diskusi, ceramah dan model pembelajaran yang memiliki format tersendiri sudah banyak dikembangkan dan disesuaikan dengan tingkat kebutuhan masyarakatnya. Identik dengan sebutan kota pelajar, beberapa masjid di Jogja tetap banyak menciptakan program dakwah konvensional dengan target audiens anak muda sebagai mad'unya, salah satunya adalah program *Starday Nite* oleh Real Masjid 2.0. Lewat kajian-kajian tersebut, dakwah konvensional diharapkan tidak semakin tenggelam sehingga tetap bisa menimbulkan efek serta kegiatan positif untuk audiencenya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efek mad'u sekaligus alasan mad'u mengikuti program *Starday Nite*. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan melibatkan beberapa sampel untuk kemudian dianalisis menggunakan analisis isi Miles dan Huberman. Teori stimulus-respon dan teori efek dakwah akan mempertegas analisis tentang efek dakwah yang didapatkan. Teknik pengumpulan data akan diperoleh dari wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan klasifikasi efek dakwah yang diperoleh mad'u, masing-masing informan mendapatkan 3 jenis efek tersebut yaitu kognitif, afektif, dan behavioral. Dari ketiga jenis efek yang ditemukan, efek kognitif dan behavioral menjadi yang lebih dominan ditemukan dibanding dengan efek afektif. Tiga dari informan juga mengatakan alasannya mengikuti *Starday Nite* yaitu selain keadaan yang sedang jomblo, *Starday Nite* juga menjadi tujuan mereka mengisi waktu luang. Kemudian satu informan mengatakan *Starday Nite* sebagai tempat healing dan hiburannya, dan informan terakhir mengatakan *Starday Nite* tetap sesekali menjadi pilihan untuk mengisi kegiatan kajian walaupun sudah mempunyai pasangan.

Kata kunci: Dakwah Konvensional, Efek Dakwah, Real Masjid 2.0, *Starday Nite*.

ABSTRACT

Laela Hanifi (19102010071), Da'wah Real Masjid 2.0: A Study of the Effects of Mad'u Da'wah in the Starday Nite Program, Thesis, Yogyakarta: Faculty of Da'wah and Communication, Sunan Kalijaga State Islamic University Yogyakarta.

The development of technology in today's life is one of the major challenges in the da'wah process. Da'wah, which is usually carried out conventionally or face-to-face, is now turning to digital da'wah. As a result, conventional da'wah can be threatened and interesting innovations need to be made to maintain the program. As the first Islamic religious education institution, the mosque must always be ready to maintain its role as a medium for Muslim da'wah. The organization of studies in the form of discussions, lectures and learning models that have their own format has been developed and adjusted to the level of community needs. Identical to the title of the student city, several mosques in Jogja still create conventional da'wah programs with the target audience of young people as mad'unya, one of which is the Starday Nite program by Real Masjid 2.0. Through these studies, conventional da'wah is expected not to sink further so that it can still cause positive effects and activities for its audience.

This study aims to determine the effect of mad'u as well as the reason why mad'u follow the Starday Nite program. This research is a descriptive qualitative research involving several samples to be analyzed using Miles and Huberman content analysis. Stimulus-response theory and da'wah effect theory will emphasize the analysis of the da'wah effect obtained. Data collection techniques will be obtained from interviews, observation and documentation.

The results showed that based on the classification of da'wah effects obtained by mad'u, each informant got 3 types of effects, namely cognitive, affective, and behavioral. Of the three types of effects found, cognitive and behavioral effects are more dominant than affective effects. Three of the informants also said that the reason for following Starday Nite was that apart from being single, Starday Nite was also their destination to fill their spare time. Then one informant said Starday Nite as a place of healing and entertainment, and the last informant said Starday Nite was still occasionally an option to fill study activities even though he already had a partner.

Keywords: Conventional Da'wah, Da'wah Effect, Real Masjid 2.0, Starday Nite.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN BERJILBAB	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Kajian Pustaka	8
F. Kerangka Teori	10
G. Metode Penelitan.....	27
H. Teknik Pengumpulan Data.....	29
I. Analisis Data.....	30
J. Sistematika Pembahasan.....	31
BAB II GAMBARAN UMUM.....	33
A. Sejarah Real Masjid 2.0 Yogyakarta	33
B. Letak Geografis Real Masjid 2.0 Yogyakarta	36
C. Visi dan Misi Real Masjid 2.0 Yogyakarta.....	36
D. Program, Layanan dan Fasilitas Real Masjid 2.0	37
E. <i>Starday nite</i>	39

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	41
A. Efek Dakwah Mad'u dalam Program <i>Starday Nite</i> Real Masjid 2.0 Yogyakarta.....	41
B. Alasan Mad'u Mengikuti <i>Starday Nite</i>	61
C. Keseluruhan Efek Dakwah Mad'u.....	65
BAB VI PENUTUP	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN-LAMPIRAN	83



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Tantangan dakwah di era saat ini semakin menunjukkan kerumitan. Dakwah yang sebelumnya biasa memakai cara konvensional (tatap muka) dengan menunjukkan kehadiran secara langsung, kini mulai berkembang kepada cara online dengan hanya menggunakan media sosial sebagai perantara antara da'i dan mad'u. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan pada sebuah lembaga dakwah bernama Teras Dakwah, hasilnya menunjukkan bahwa 51% jamaah lebih sering mengikuti kajian Teras Dakwah secara online dan 49% jamaah memilih lebih sering mengikuti kajian konvensional.¹ Hal ini membuat dakwah konvensional menjadi terancam di tengah era globalisasi, karena fenomena *new media* yang marak terjadi saat ini juga turut berperan dalam menjamurnya dakwah online.

Pada umumnya dakwah yang dilaksanakan konvensional dalam sebuah majelis taklim baik di masjid atau musholla, berlangsung secara khidmat dan sakral. Akan tetapi kemajuan teknologi dan informasi saat ini sangat memungkinkan sebuah lembaga ataupun da'i untuk menciptakan suasana yang lebih santai dan akrab dengan adanya improvisasi seperti selingan humor dan

¹ Wahyunisa, *Efektivitas Penerimaan Pesan Dakwah Konvensional Dan Dakwah Online Jamaah Teras Dakwah*, Skripsi (Yogyakarta: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2019), hlm. 48.

hal-hal menarik lainnya.² Sebagai institusi pendidikan Islam periode awal, masjid menyelenggarakan kajian-kajian baik dalam bentuk diskusi, ceramah dan model pembelajaran yang memiliki bentuk atau format tersendiri yang disesuaikan dengan tingkat perkembangan masyarakat muslim pada saat itu.³

Dikutip dari website resmi Bappeda DIY, per tahun 2022 silam setidaknya telah berdiri sebanyak 8.313 masjid di Daerah Istimewa Yogyakarta.⁴ Meskipun pembangunan infrastruktur sarana ibadah umat Islam seperti masjid sudah sangat banyak, tidak semua masjid yang di dalamnya memiliki program-program sebagai penunjang sarana ibadah lain di luar solat. Padahal masjid memiliki peran penting dalam proses memakmurkan umat. Sehingga banyak masjid berlomba-lomba menampilkan ide dakwah baru lewat program-program yang diciptakan. Beberapa program kajian masjid di Jogja seperti Kajian Filsafat di Masjid Jendral Sudirman dan Ngaji Asik di Teras Dakwah, masih ramai didatangi meskipun masih menggunakan model dakwah konvensional. Model dakwah banyak dikembangkan untuk lebih menarik minat umat muslim terlebih kaum remaja. Salah satu masjid yang mengangkat program kajian remaja kekinian yaitu masjid An Nur Perdatam yang terletak di Jakarta. Masjid ini memiliki program kajian bernama “KARAMEL” atau Kajian Remaja Milenial. Sedangkan di Jogja, Real Masjid 2.0 merupakan salah

² Syamsuriah, “*Tantangan Dakwah di Era Milenial*”, Jurnal Ilmiah *Islamic Resources* FAI-UMI Makassar, vol. 16:2 (Desember, 2019), hlm. 165.

³ Fathurrahman, “*Masjid Sebagai Pusat Pendidikan Masa Klasik*”, Jurnal Pemikiran Pendidikan Islam, vol. 13: 1 (Januari, 2015), hlm. 5.

⁴ Sarana Ibadah - Daerah DIY, http://bappeda.jogjaprov.go.id/dataku/data_dasar/cetak/315-sarana-ibadah, diakses tanggal 06 Maret 2023.

satu masjid yang menciptakan program dengan konsep kekinian bernama *Starday Nite*.

Real masjid 2.0 merupakan salah satu masjid unik yang berada di Yogyakarta, dengan nama masjid yang menggabungkan dua bahasa serta angka, hingga bangunan masjid yang tidak memiliki kubah seperti masjid pada umumnya. Masjid tersebut 90% dikelola oleh anak muda. Mengangkat semboyan “mesra selalu”, Real Masjid 2.0 berharap dapat menghadirkan masjid dengan suasana yang membuat jamaahnya bahagia, kreatif, dan mesra.

Jumlah pengikut akun Instagram Real Masjid sebanyak 466.000 memberikan peluang besar sebagai media baru untuk menarik minat umat Islam khususnya generasi muda dalam aktivitas dakwah pada sebuah masjid, mengingat letak masjid yang strategis dari beberapa perguruan tinggi di Yogyakarta. Event terakhir yang diadakan beberapa waktu lalu oleh Real Masjid adalah “Dakwah Lintas Internasional” dengan mendatangkan tokoh agama *International* seperti Syeikh Assim Al Hakeem ke beberapa kota di Indonesia. Melalui Real Masjid sebagai pelopor, event ini memiliki pengaruh audience yang besar, karena dakwah Syeikh Assim Al Hakeem juga sedang digemari di platform media sosial tiktok.⁵

Program rutin mingguan yang dihadirkan Real Masjid 2.0 sangat beragam seperti kajian subuh, kajian fiqih masjid, kajian bening, pasar raya jumat, real masjid preneur, dan *Starday Nite*. Beberapa program-program Real

⁵ Observasi pada Instagram Real Masjid 2.0, 26 Agustus 2023.

Masjid akan disiarkan secara konvensional di masjid dan online via live streaming Instagram dan Youtube termasuk *Starday Nite*. *Starday Nite* menjadi program Real Masjid dengan nama terunik dan audience paling banyak. Gambar di bawah adalah perbandingan jumlah viewers dengan program lainnya yang diperoleh melalui Youtube Real Masjid 2.0 dalam kurun waktu yang sama yaitu 3 bulan.



Starday Nite berlaku *free* dengan sistem mendaftar sebagai peserta. Proses mendaftar ini untuk mendata peserta yang akan datang, sekaligus mempersiapkan jumlah stiker dan snack gratis yang akan dibagikan. Program ini sudah berjalan satu tahun, dan telah menjadi program rutin unggulan. *Starday Nite* akan membahas tema obrolan seputar permasalahan kekinian dan obrolan yang sedang viral, yang mana konsep penyampaian dakwah berbeda dengan tema kajian pada umumnya. Dalam *Starday Nite*, obrolan dakwah akan dibuat seperti model talkshow dengan dipandu dua MC. Selain mengungkap konsep yang kekinian, *Starday Nite* juga kerap menjadikan berbagai ustadz lokal Jogja dan publik figur sebagai narasumber, seperti Fuadh Naim, Koh Dennis Lim, Umi Pipik, dan masih banyak lagi. Sehingga dari konsep dan

narasumber yang telah ditentukan, program ini didominasi oleh kehadiran para remaja.

Lingkungan dalam hiruk pikuk kehidupan yang semakin tidak teratur menjadi suatu alasan perlunya diteguhkan kembali pendidikan agama sebagai suatu solusi dalam memperbaiki moral anak era milenial.⁶ Ilmu agama harus menjadi kebutuhan generasi saat ini. Sama halnya dalam penyebaran Islam dalam proses dakwah, peran kegiatan-kegiatan positif seperti kajian agama sangat diperlukan guna membentuk dan mempertahankan kepribadian remaja dalam bingkai keimanan dan ketaqwaan sehingga mereka sadar akan manfaat dan efek dari hal-hal yang mereka lakukan.

Peran dakwah dalam mengatasi problematika anak muda tidak hanya menjadi peran dakwah yang diprioritaskan, tetapi juga pendukung lingkungan sekitar, yang akan menjadi pendukung karakter atau kegiatan yang membawa hal-hal positif bagi anak muda.⁷ Salah satu aktivitas rutin yang kerap muncul di kalangan remaja saat ini adalah aktivitas pada malam minggu. Biasanya malam minggu anak muda identik dengan aktivitas yang dilakukan oleh pasangan, seperti jalan-jalan dengan pacar ataupun sekedar ngopi dengan teman. Namun berbeda dengan kegiatan malam minggu yang ada pada Real Masjid 2.0 Yogyakarta. Kajian dalam balutan nama *Starday Nite* ini memiliki

⁶ Syawwaliah Herzawati, "Pentingnya Pendidikan Agama dalam Membangun Karakter Generasi Millennial di Era Globalisasi", *Jurnal Pendidikan Profesi Guru Agama Islam*, vol. 2: 1, (2022), hlm. 515.

⁷ Muhammad Parhan, dkk., "Analisis Metode dan Konten Dakwah yang Diminati pada Remaja", *Jurnal Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, vol 22: 1, (Juni, 2022), Hlm.66.

aktivitas dakwah dalam lingkup ukhuwah islamiyah, dimana di dalamnya banyak remaja yang turut berpartisipasi. Lantas apa yang menjadi alasan mereka untuk tetap bertahan dan lebih memilih kajian tersebut.

Penelitian tentang efek dalam dakwah telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Pada penelitian ini, peneliti akan berfokus pada pada 2 hal. Pertama, yaitu efek apa yang hadir dan mempengaruhi mad'u setelah mengikuti program *Starday Nite*. Kedua, yakni alasan mengapa mad'u memilih *Starday Nite*. Untuk menjawab hal tersebut, maka peneliti akan menggunakan kajian efek dakwah dan teori stimulus-respon yang diprediksi akan menjawab rumusan masalah di atas. Efek dakwah pada generasi milenial dipilih oleh penulis sebagai fokus penelitian dikarenakan penulis memiliki pandangan bahwa dakwah dikatakan berhasil ketika mad'u sudah dapat menerima efek-efek yang terjadi serta era saat ini memiliki dampak dan kemajuan yang baik guna meningkatkan aktivitas dakwah untuk generasi mereka sendiri.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana efek dakwah yang hadir setelah mengikuti program *Starday Nite Real Masjid 2.0* Yogyakarta?
2. Apa alasan mad'u mengikuti *Starday Nite Real Masjid 2.0* Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui efek dakwah yang ada pada mad'u setelah mengikuti program *Starday Nite* Real Masjid 2.0 Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui alasan mad'u mengikuti *Starday Nite* Real Masjid 2.0 Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

A. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan akan berdampak pada penguatan penelitian komunikasi di bidang komunikasi dakwah, efek dakwah, dakwah milenial serta menjadi rujukan dan referensi untuk studi-studi selanjutnya khususnya mahasiswa jurusan komunikasi dan penyiaran islam.

B. Secara praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan/tolak ukur umat islam terlebih generasi milenial untuk melihat efek dakwah yang terjadi dalam kegiatan rutin suatu masjid seperti *Starday Nite*, sehingga memungkinkan mereka akan mengetahui dan tertarik mengikuti. Penelitian ini juga dapat memberikan evaluasi dan masukan baru terhadap masjid-masjid, terkhusus pihak Real Masjid 2.0 dalam program dakwah *Starday Nite* serta program-program lainnya.

E. Kajian Pustaka

Pertama, jurnal yang ditulis oleh Juanda dan AM. Fahrurrozi dengan judul “Dakwah Melalui Stand Up (Studi di Komunitas Stand Up Comedy Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten)” pada tahun 2019. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada tiga efek yang muncul setelah wawancara dan observasi. Dari ketiga efek tersebut, efek kognitif dan afektiflah yang lebih dominan muncul dari pada efek behavioral. Hadirnya stand up comedy untuk dakwah di UIN Banten lebih menghasilkan kepada pengetahuan dan motivasi saja dan tidak sampai merubah perilaku. Persamaan penelitian ini ada pada letak fokus objeknya yang mengarah pada efek dari kegiatan suatu dakwah dan metode penelitian dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian ini ada pada subjek penelitian.⁸

Kedua, jurnal yang ditulis oleh Dani Kurniawan dengan judul “Komunikasi Model Laswell dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan” pada tahun 2018. Hasil penelitian ini menunjukkan komunikasi pembelajaran yang diterapkan oleh TPA Melda membuat anak-anak mengalami pembelajaran yang menyenangkan serta mencapai aspek kognitif dan afektif di dalamnya. Efek kognitif yang terjadi contohnya adalah nilai ujian anak didik baik dan anak didik cepat menghafal bacaan surat-surat pendek dalam Al-Qur’an juz 30. Sedangkan efek afektif yang terjadi contohnya adalah anak didik sudah melakukan solat lima waktu

⁸ Juanda dan AM. Fahrurrozi, “Dakwah Melalui Stand Up (Studi di Komunitas Stand Up Comedy Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten)”, Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam, vol.10: 1, (Januari-Juni, 2019).

dan tingkat kehadiran yang tinggi dari anak didik di atas 85% dari total jumlah anak didik. Persamaan dari penelitian ini adalah memiliki tujuan yang sama yaitu melihat bahwa komunikasi yang terjadi dapat menghasilkan efek dan respon untuk penerimanya. Penelitian ini juga menggunakan metode penelitian yang sama yaitu deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaan penelitian jurnal ini terletak pada objek yang mengangkat wujud pembelajaran yang menyenangkan bagi anak didik.⁹

Ketiga, jurnal yang ditulis oleh Wahyu Setiawan dan Sri Astuti dengan judul “Efek Komunikasi Massa Dalam Dakwah Quraish Shihab Tentang Islam Wasathiyah” pada tahun 2021. Hasil penelitian ini menunjukkan ada dua efek dalam dakwah Quraish Shihab tentang Islam wasathiyah, yaitu efek kognitif komunikasi massa dan efek afektif komunikasi massa. efek afektif berdasarkan respon terdapat dua hal yakni jenis respon terharu, syukur dan sikap terima kasih pada Quraish Shihab. Sedangkan yang terbentuk melalui skema kognitif yakni memiliki pemikiran tentang alur peristiwa, informasi yang diterima dan model berdakwah yang dilakukan oleh Quraish Shihab. Persamaan penelitian ini ada pada pembahasan efek yang dicari dalam proses dakwah serta metode penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan. Sedangkan perbedaannya ada pada sumber data primer yang menggunakan kanal youtube dalam penelitiannya.¹⁰

⁹ Dani Kurniawan, “Komunikasi Model Laswell dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan”, Jurnal Komunikasi Pendidikan, vol.2: 1 (Januari, 2018).

¹⁰ Wahyu Setiawan, “Efek Komunikasi Massa Dalam Dakwah Quraish Shihab Tentang Islam Wasathiyah”, Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi, vol.17: 2, (November, 2021).

Keempat, skripsi oleh Nadia Alvida Lisa dengan judul “Efek Komunikasi Beda Budaya Dalam Membentuk Kepribadian (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung)” pada tahun 2022. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat dua jenis efek yang dirasakan mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam UIN Raden Intan Lampung. Komunikasi beda budaya berefek pada perubahan logat atau gaya bicara yang terjadi pada mahasiswa karena pengaruh dari logat atau gaya bicara mahasiswa lain yang berbeda budaya dengan mereka. Selain itu ada juga perubahan sikap dan tingkah laku seperti menjadi lebih lembut ataupun sebaliknya. Persamaan penelitian ini adalah fokus penelitian yang sama-sama membahas mengenai efek komunikasi serta penggunaan metode penelitian deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaannya ada pada subjek penelitiannya.¹¹

F. Kerangka Teori

1. Tinjauan Tentang Dakwah

Penyebaran ajaran Islam atau aktivitas dakwah mempunyai pengaruh tersendiri bagi mad'u. Bagaimana mad'u memperoleh dakwah, baik melalui dakwah konvensional atau dakwah digital juga akan mempengaruhi tingkat pemahaman dan efek yang hadir pada mad'u. Pada penelitian ini peneliti akan mengkaji mengenai efek mad'u pada sebuah

¹¹ Nadia Alvida Lisa, *Efek Komunikasi Beda Budaya Dalam Membentuk Kepribadian (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung)*, (Lampung: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Raden Intan Lampung, 2022).

dakwah konvensional, oleh sebab itu definisi dakwah, tujuan, termasuk unsur-unsur dakwah yang memengaruhi perlu peneliti masukkan kedalam kerangka teori.

a. Definisi Dakwah

Ditinjau dari segi bahasa dakwah berarti panggilan, seruan, atau ajakan.¹² Dakwah dalam artian seperti ini sudah Allah firmankan dalam Al-Qur'an surah Ali 'Imran ayat 104:

وَلْتَكُم مِّنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ (104)

“Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) kepada yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung.”¹³

Sedangkan dari segi istilah ada begitu banyak definisi dakwah menurut para ahli. Syaikh Ali Makhfuz dalam kitabnya Hidayatul Mursyidin mendefinisikan dakwah sebagai pendorong manusia agar berbuat kebaikan dan menurut petunjuk, menyeru mereka kepada

¹² Abd. Rosyad Shaleh, *Manajemen Da'wah Islam*, (Jakarta: PT. Bulan Bintang, 1993), hlm. 7.

¹³ Al-Qur'an, 3: 104. Semua terjemah ayat Al-Qur'an di skripsi ini diambil dari *Syaamil Quran Yasmina* dan terjemahannya (Bandung: Sygma Corp, 2007).

kebijakan dan melarang mereka dari perbuatan munkar agar mereka mendapatkan kebahagiaan di dunia dan akhirat.¹⁴

b. Tujuan Dakwah

Bagi proses penyebaran dakwah, menetapkan tujuan merupakan salah satu proses penting. Tujuan utama dakwah adalah nilai atau hasil akhir yang ingin diperoleh dari keseluruhan tindakan dakwah. Setelah penetapan tujuan dakwah itulah, langkah-langkah penyusunan tindakan dan usaha dakwah untuk kedepannya akan dibentuk. Untuk tercapainya tujuan utama inilah diperlukan penyusunan rencana yang matang dan terarah.

Jamaluddin Kafie membagi tujuan dakwah kedalam tiga tujuan. Pertama sebagai tujuan hakiki, yaitu mengajak manusia untuk mengenal Tuhannya dan mempercayai-Nya sekaligus mengikuti petunjuk-Nya. Kedua sebagai tujuan umum, yaitu menyeru manusia untuk mengindahkan dan memenuhi seruan Allah dan Rasul-Nya. Ketiga sebagai tujuan khusus, yaitu bagaimana membentuk suatu tatanan masyarakat islam yang utuh.¹⁵

Rumusan tujuan dakwah tersebut terlihat sejalan dengan tujuan kegiatan komunikasi yang menekankan terjadinya perubahan pada tiga aspek mendasar pada audien setelah mendapatkan informasi

¹⁴ Abd. Rosyad Shaleh, *Manajemen Da'wah Islam*, (Jakarta: PT. Bulan Bintang, 1993), hlm. 8.

¹⁵ Jamaluddin Kafie, *Psikologi Dakwah: Bidang Studi dan Bahan Acuan*, (Surabaya: Indah, 1993), hlm. 66.

keagamaan. Yang pertama adalah perubahan aspek kognitif dalam artian dari tidak tahu menjadi tahu, dari yang kurang ilmu menjadi lebih banyak ilmu. Kedua adalah perubahan pada aspek sikap, yakni dari sikap acuh dan tidak apresiasif menjadi concern pada ajaran agama yang didakwahkan kepadanya. Ketiga adalah perubahan pada aspek konasi, yaitu dari tidak melakukan menjadi tekun mempraktekkan apa yang disampaikan kepadanya.¹⁶

c. Unsur-Unsur Dakwah

Maju mundurnya umat islam sangat bergantung dan berkaitan erat dengan kegiatan dakwah yang dilakukannya.¹⁷ Dalam berdakwah, unsur-unsur dakwah menjadi komponen-komponen dakwah yang tidak dapat dipisahkan antara satu unsur dengan unsur yang lain. Adapun unsur-unsur dakwah yang dimaksud adalah da'i, mad'u, materi dakwah, metode dakwah, media dakwah, dan efek dakwah.

1) Unsur pertama yaitu da'i sebagai subjek atau pelaku dakwah.

Sebutan da'i adalah bagi siapapun yang menegakkan seluruh bentuk atau sebagian bentuk dakwah.¹⁸

2) Unsur kedua yaitu mad'u sebagai objek atau penerima dakwah.

Mad'u adalah manusia yang menjadi sasaran dakwah atau

¹⁶ Iftitah Jafar, "Tujuan Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an Mempertajam Fokus dan Orientasi Dakwah Ilahi", Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman, vol 34: 2, (Makassar, 2010), hlm. 288.

¹⁷ Diddin Harifuddin, *Dakwah Aktual*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1998), hlm. 76.

¹⁸ Tata Sukayat, *Quantum Dakwah*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), hlm. 26.

manusia penerima dakwah, baik sebagai individu maupun sebagai kelompok, baik manusia yang beragama islam maupun tidak, atau dalam kata lain manusia secara keseluruhan.¹⁹

- 3) Unsur ketiga yaitu materi dakwah atau maddah. Materi dakwah adalah pesan yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u yang mengandung kebenaran dan kebaikan bagi manusia yang bersumber Alquran dan hadis.²⁰ Maddah atau materi dakwah secara umum diklasifikasikan menjadi 3 hal, yaitu akidah (keimanan), syariat, dan akhlak.
- 4) Unsur keempat yaitu metode dakwah. Thariqah atau metode dakwah adalah jalan atau cara yang dipakai juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah (Islam).²¹ Dalam Al-Quran surah An Nahl ayat 125, Allah menyebutkan 3 metode dakwah yaitu al-hikmah, mau'idzah al-hasanah, dan mujadalah billati hiya ahsan.
- 5) Unsur kelima yaitu media dakwah. Wasilah atau media dakwah adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran islam) kepada mad'u.²² Untuk menyampaikan dakwah kepada umat, seorang dai bisa menggunakan berbagai

¹⁹ Saerozi, *Ilmu Dakwah*, (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2013), hlm. 36.

²⁰ *Ibid.*, hlm. 37.

²¹ *Ibid.*, hlm. 41.

²² *Ibid.*, hlm. 39.

wasilah untuk perantaranya. Beragam media yang ada ada saat ini bisa da'i gunakan dengan sebaik mungkin, diantaranya lewat lisan (ceramah, pidato, penyuluhan dan lainnya), tulisan (buku, majalah, surat, caption), gambar atau lukisan, media massa (televisi, youtube, radio dan sebagainya), serta lewat akhlak dan perbuatan-perbuatan.

- 6) Unsur keenam yaitu efek dakwah. Efek atau umpan balik dalam dakwah ini kerap kali terlupakan oleh da'i karena menganggap setelah dakwah disampaikan maka selesailah proses dakwah itu. Peninjauan efek dakwah sangat dibutuhkan guna melihat seberapa jauh tujuan dakwah yang telah ditentukan sebelumnya sudah tercapai, untuk setelah itu dilakukan evaluasi dan koreksi atas proses dakwah.

d. Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah adalah segala upaya dan cara, metode serta teknik penyampaian pesan dan keterampilan-keterampilan dakwah yang ditujukan kepada umat atau masyarakat secara luas.²³

Kegiatan tersebut bertujuan agar masyarakat yang dituju dapat menerima, memahami dan melaksanakan pesan dakwah yang disampaikan. Pengertian komunikasi dakwah tidak hanya ditekankan kepada aspek tujuannya saja, tetapi juga pada aspek efek yang muncul sebagai akibat dari penyebaran pesan. Sedangkan secara sederhana

²³ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung; PT Remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 26.

tujuan komunikasi dakwah secara umum adalah mengubah perilaku sasaran dakwah agar mau menerima ajaran islam dan mengamalkannya dalam tatanan pribadi.

Jalaluddin Rahmat menyebutkan bahwa tujuan umum dakwah dalam konteks komunikasi ada tiga.²⁴ Pertama adalah memberitahukan (informatif), yang ditujukan untuk menambah pengetahuan pendengar. Komunikasi diharapkan memperoleh penjelasan, menaruh minat, dan memiliki pengertian tentang persoalan yang dibicarakan. Kedua adalah mempengaruhi (persuasif), yang ditujukan agar orang mempercayai sesuatu, melakukannya, atau terbacaar semangat dan antusiasmenya. Keyakinan, tindakan, dan semangat merupakan bentuk reaksi yang diharapkan. Dan ketiga adalah menghibur (rekreatif), yang ditujukan dengan penyampaian bahasa yang enteng, segar, dan mudah dicerna. Diperlukan otak yang baik untuk membuat humor yang baik. Perhatian, kesenangan, dan humor adalah reaksi pendengar yang diharapkan.

Setelah memahami fungsi dan tujuan dari komunikasi dakwah, peran komunikasi dalam dakwah yang sesungguhnya juga ditemukan, yaitu komunikasi memudahkan perencanaan dan implementasi program dan strategi dakwah.

²⁴ *Ibid.*, hlm. 39.

2. Kajian Tentang Efek

Pada konteks penelitian ini, peneliti akan mengkaji tentang efek yang dihasilkan mad'u lewat pesan-pesan dalam program *Starday Nite*. Oleh sebab itu peneliti menggunakan teori stimulus respon untuk membuktikan adanya efek lewat stimulus yang diberikan. Peneliti juga menggunakan tiga proses efek dakwah Jalaluddin Rahmat untuk mengklasifikasikan efek yang datang.

a. Stimulus-Respon

Teori stimulus-respon ini pada dasarnya merupakan suatu prinsip belajar yang sederhana, dimana efek merupakan reaksi terhadap stimulus tertentu. McQuail (1944: 234) menjelaskan elemen-elemen utama dari teori ini adalah: pesan (stimulus), penerima (Organisme), dan efek (Respon).²⁵ Prinsip stimulus-respon mengasumsikan bahwa pesan dipersiapkan dan didistribusikan secara sistematis dan dalam skala yang luas.

a) Stimulus (Pesan)

Stimulus yang telah didapatkan organisme bisa bersifat diterima ataupun ditolak. Jika ditolak maka proses selanjutnya akan terhenti. Ini membuktikan bahwa stimulus tidak efektif dalam mempengaruhi dan

²⁵ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 281.

memberikan efek, maka tidak ada pula perhatian organisme.

b) Organisme (Penerima)

Jika stimulus sudah mendapatkan perhatian dari organisme, maka proses selanjutnya adalah pemaparan pesan. Hal ini berasal dari kemampuan penerima pesan dalam menerima pengetahuan yang akan mempengaruhinya terhadap kegiatan merespon.

c) Respon (Efek)

Efek atau respon merupakan tindakan yang dilakukan oleh organisme setelah menerima keseluruhan pesan dan pengetahuan. Respon dapat terjadi apabila penyampaian pesan dapat berjalan dengan baik.

Pada tahun 1970, Melvin DeFleur melakukan modifikasi terhadap teori stimulus-respon dengan teorinya yang dikenal sebagai perbedaan individu dalam komunikasi massa (*individual differences*).

Di sini diasumsikan, bahwa pesan-pesan media berisi stimulus tertentu yang berinteraksi secara berbeda-beda dengan karakteristik pribadi para audience.²⁶ DeFleur kemudian mengembangkan model psikodinamik yang didasarkan pada keyakinan bahwa kunci dari persuasi yang efektif terletak pada modifikasi struktur psikologis

²⁶ *Ibid.*, hlm, 282.

internal dan individu. Melalui modifikasi inilah respon tertentu yang diharapkan muncul dalam perilaku individu akan tercapai.²⁷

b. Efek Dakwah

Sebagai proses komunikasi, efek dakwah dapat dilihat melalui indikator keberhasilan dan efektifitas komunikasi. Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss mengungkapkan bahwa ciri-ciri komunikasi efektif dapat dilihat dalam beberapa aspek. Pertama, pengertian atau penerimaan yang cermat dari isi stimuli seperti yang dimaksudkan oleh komunikator. Kedua, kesenangan. Komunikasi yang efektif menjadikan hubungan menjadi akrab, hangat dan menyenangkan. Ketiga, mempengaruhi sikap. Empat, hubungan yang makin baik, komunikasi juga ditujukan untuk menumbuhkan hubungan sosial yang baik. Kelima, perubahan perilaku.

Dakwah akan dikatakan berhasil ketika sudah memenuhi semua unsur-unsur dakwah termasuk efek atau umpan balik. Efek atau perubahan pada mad'u akan terlihat ketika unsur-unsur dakwah sebelumnya sudah terpenuhi. Kemudian bagaimana proses perubahan tersebut setelah menerima dakwah? Menurut Majdi Hilali dalam bukunya "Bagaimana Kita Merubah Perilaku Diri", ada tiga tahap perubahan diri. Setiap perubahan perilaku memiliki tiga tahap yaitu akal berupa keyakinan tentang suatu tindakan, hati berupa suara atau

²⁷ *Ibid.*

bisikan yang menyenangkan dan hawa nafsu yang diwujudkan oleh anggota tubuh dalam tindakan nyata.²⁸

Dakwah akan selalu mengarahkan untuk memengaruhi tiga aspek perubahan pada diri mitra dakwahnya, yaitu aspek pengetahuan (knowledge), aspek sikap (attitude), dan aspek perilaku (behavioral). Hampir sama dengan aspek-aspek di atas, Jalaluddin Rahmat menyatakan ada tiga proses perubahan perilaku, yaitu efek kognitif, efek afektif dan efek behavioral.

1) Efek Kognitif

Efek kognitif berkaitan dengan perubahan pada apa yang diketahui, dipahami atau dipersepsi khalayak.

Perubahan-perubahan ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, dan informasi.

Setelah mengikuti proses dakwah dan menerima pesan dakwah, mad'u akan menyerap isi dakwah tersebut

melalui proses berfikir. Dalam berfikir, seseorang

mengolah, mengorganisasikan bagian-bagian dari

pengetahuan yang diperolehnya, dengan harapan

pengetahuan dan pengalaman yang tidak teratur dapat

tersusun rapi dan merupakan kebulatan yang dapat

dikuasai dan dipahami.²⁹ Dengan kata lain efek kognitif

²⁸ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 454.

²⁹ *Ibid.*, hlm. 457.

bisa terjadi apabila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan dimengerti oleh mad'u tentang isi pesan dakwah yang diterimanya.

2) Efek Afektif

Efek afektif timbul apabila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak. Perubahan-perubahan ini meliputi segala hal yang berkaitan dengan emosi, sikap, dan nilai. Efek ini merupakan pengaruh dakwah berupa perubahan sikap dakwah mad'u setelah menerima pesan dakwah. Sikap adalah sama dengan proses belajar dengan tiga variabel sebagai penunjangnya, yaitu perhatian, pengertian, dan penerimaan.³⁰ Pada tahap ini, penerima dakwah dengan pengertian dan pemikirannya terhadap pesan dakwah akan membuat keputusan untuk menerima atau menolak pesan dakwah tersebut. Dengan demikian, pertanyaan pokok yang harus dijawab dalam efek kedua ini adalah apakah mitra dakwah menyetujui pesan dakwah tersebut atau menolaknya? Apakah mereka setuju dengan pesan dakwah tersebut? Apakah mereka menganggap pesan dakwah sebagai hal yang penting atau tidak?³¹

³⁰ *Ibid.*

³¹ *Ibid*

3) Efek Behavioral

Efek behavioral merupakan suatu bentuk efek dakwah yang berkenaan dengan pola tingkah laku mad'u dalam merealisasikan pesan dakwah yang telah diterima dalam kehidupan sehari-hari. Efek ini akan muncul setelah melalui proses kognitif dan afektif. Seseorang akan bertindak dan bertingkah laku setelah orang itu mengerti dan memahami apa yang telah diketahui itu, kemudian masuk ke dalam perasaannya, kemudian timbulah keinginan untuk bertindak atau bertingkah laku. Apabila orang itu bersikap positif, maka ia cenderung berbuat baik. Apabila ia bersikap negatif, maka ia cenderung untuk berbuat yang tidak baik. Jadi perbuatan atau perilaku seseorang itu pada hakikatnya adalah perwujudan dari perasaan dan pikirannya.³²

Jika dakwah telah dapat menyentuh aspek behavioral yaitu mendorong manusia untuk melakukan ajaran islam dalam pesan dakwah, maka dakwah dapat dikatakan berhasil dan ini merupakan tujuan akhir dakwah. Jika belum berhasil, maka evaluasi dengan analisis semua komponen dakwah akan menjawab sebab

³² *Ibid.*, hlm 458.

kegagalan dan menjadi pelajaran untuk proses dakwah selanjutnya.

3. Tinjauan Tentang Masjid

Masjid bagi umat Islam memegang peranan penting dalam kehidupan. Masjid sebagai pusat peradaban Islam hingga pusat aktivitas dakwah kini memiliki fungsi dan peran yang lebih luas seiring bertambahnya masa. Definisi, Peran dan fungsi masjid pada kerangka teori ini akan membantu membuktikan fungsi dan peran masjid sebagai mestinya.

a. Definisi Masjid

Kata masjid itu sendiri berasal dari kata sajadah-yasjudu-sujudan-masjidan yang berarti tempat sujud. Dalam Al-Qur'an kata masjid telah disebut sebanyak dua puluh delapan kali. Masjid sebagai rumah Allah sudah diyakini oleh kaum muslimin. Di sanalah umat-Nya akan beribadah, berdzikir, mesyukuri nikmat Allah dan menyembahnya dengan khusu'. Namun demikian tetap ada kaum yang masih asing dengan masjid karena minimnya keterlibatan masjid dalam keseharian.

Firman Allah surah Al-Jin ayat 18 menyebutkan bahwa masjid adalah kepunyaan Allah. Sama halnya seperti sebuah rumah, masjid pun harus senantiasa dijaga kebersihannya, diperindah bangunannya, dan dimakmurkan lingkungannya.

Karena masjid adalah tempat membersihkan diri untuk memperoleh petunjuk dari Allah SWT dan dijauhkan dari kemusyrikan, kemunafikan dan kekufuran.³³

b. Fungsi Masjid

- 1) Tempat untuk melakukan ibadah. Selain ibadah shalat masjid juga digunakan sebagai tempat ibadah lainnya, yaitu untuk membaca Al-Qur'an dan melakukan iktikaf.³⁴
- 2) Tempat untuk melakukan kegiatan pendidikan keagamaan. Pendidikan keagamaan banyak diseleggarakan di masjid-masjid, jika masyarakat di sekitar masjid belum memiliki lembaga pendidikan secara khusus.³⁵ Kegiatan yang dimaksud seperti pengajian sore untuk anak-anak dan remaja, kemudian pengajian orang tua ketika malam jum'at.
- 3) Tempat bermusyawarah kaum muslimin. Pada jaman Rasulullah, masjid berfungsi sebagai tempat yang nyaman untuk membahas masalah sosial yang sedang menjadi perhatian masyarakat pada saat itu.³⁶ Tidak banyak berbeda dengan jaman Rasulullah, masjid saat ini juga

³³ FOKKUS BABINROHIS Pusat, *Pedoman Manajemen Masjid*, (Jakarta: 2004), hlm. 6.

³⁴ *Ibid.*, hlm. 14.

³⁵ *Ibid.*

³⁶ *Ibid.*, hlm. 15.

kerap digunakan untuk berkumpul dan bermusyawarah. Kaum muslimin biasanya akan membentuk forum musyawah selepas melaksanakan shalat.

- 4) Tempat kegiatan remaja islam. Pada beberapa masjid, terdapat komunitas remaja masjid dimana mereka akan mengadakan kegiatan yang bersifat keagamaan, sosial dan keilmuan. Keterlibatan remaja tersebut sering terlihat ketika adanya kegiatan memperingati hari-hari besar islam di dalam masjid.
- 5) Tempat penyelenggaraan pernikahan. Masjid sebagai tempat ibadah juga dapat dimanfaatkan sebagai tempat penyelenggaraan acara pernikahan oleh kaum muslimin. Penyelenggaraan pernikahan (akad nikah) di masjid, lebih mencerminkan suatu peristiwa keagamaan dibandingkan dengan peristiwa budaya atau sosial.³⁷
- 6) Tempat pengelolaan shadaqah, infaq dan zakat. Masjid seharusnya peduli terhadap tingkat kesejahteraan umatnya. Oleh karena masjid dijadikan pusat pengelola zakat, maka masjid akan berperan sebagai lembaga untuk meningkatkan ekonomi umat.³⁸ Begitu pun dengan shadaqah dan infaq. Sudah selayaknya dana shadaqah dan

³⁷ *Ibid.*, hlm. 16.

³⁸ *Ibid.*, hlm. 17.

infaq bisa dikembangkan dalam investasi yang menguntungkan serta kegiatan yang produktif, sehingga bisa membantu para fakir miskin.³⁹

- 7) Tempat istirahat. Salah satu fungsi masjid menurut tafsir al-munir adalah sebagai tempat untuk beristirahat, hal ini pernah terjadi pada zaman Rasulullah SAW. Rasulullah SAW sendiri mempersilahkan sejumlah orang dari ‘ukl untuk singgah di shuffah masjid (bagian belakang masjid yang diberi semacam teduhan untuk singgah).⁴⁰

Dari beberapa fungsi di atas, maka aktualisasi dari kegiatan sebuah masjid yang beragam ini akan sangat tergantung dari aktivitas kepengurusan dan pendaannya. Permasalah masjid tetap akan menjadi aktual untuk dibahas, sepanjang masjid diperluas fungsi dan peranannya, tidak hanya sebagai tempat peribadahan. Tetapi harus pula dijadikan sebagai pusat pemberdayaan dan pengembangan umat islam, bahkan bisa menjadi pusat perubahan perkembangan islam di dunia.⁴¹

c. Peran Masjid

³⁹ *Ibid.*

⁴⁰ Abdul Azizi Ash Shiddieq dan Anas Mujahiddin, “*Fungsi Masjid dalam Perspektif Tafsir Al-Munir (Studi Kasus Aplikasi Fungsi Masjid di Masjid Raudhatul Jannah 1 dan 2 Pesantren Terpadu Daruk Qur’an Mulia)*”, Jurnal Kajian Ilmu Al-Qur’an dan Tafsir, vol. 1: 2 (September, 2021), hlm. 47.

⁴¹ FOKKUS BABINROHIS Pusat, *Pedoman Manajemen Masjid*, (Jakarta: 2004), hlm. 19.

Di Indonesia, ribuan masjid telah berdiri tegak di setiap daerah. Tidak hanya di kampung-kampung dan kawasan tempat tinggal saja, masjid kini telah didirikan di kompleks perkantoran dan kawasan wisata. Keberadaan masjid menjadi indikator berkembangnya suatu daerah.⁴² Dari berbagai pengalaman masjid yang terjadi di Indonesia, bisa dikatakan bahwa masjid memiliki tiga peran besar. Pertama sebagai pusat kegiatan umat Islam, baik kegiatan sosial, pendidikan, politik, budaya, dakwah maupun kegiatan ekonomi. Kedua adalah masjid sebagai lambang kebesaran Islam. Dan ketiga masjid sebagai pusat pengembangan ilmu.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang diambil penulis adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan data yang berupa informasi kenyataan sesuai apa yang terjadi di lapangan.⁴³ Penelitian ini bisa bersumber dari tulisan, lisan dan perilaku yang telah diamati untuk kemudian peneliti akan bisa

⁴² *Ibid.*, hlm. 10.

⁴³ Andi Prestowo, *Menguasai Teknik-teknik Data Penelitian Kualitatif*, (Jogjakarta: Diva, 2010), hlm. 13.

mendeskrripsikan efek yang diterima mad'u lewat dakwah Real Masjid 2.0 dalam program *Starday Nite*.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian disebut juga dengan informan yang nantinya akan memberikan informasi kepada peneliti selama proses penelitian. Pada penelitian ini teknik pengambilan subjek yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek atau situasi sosial yang diteliti.⁴⁴ Maka dari itu penulis menetapkan subjek penelitian ini sejumlah lima orang mad'u dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Mahasiswa/i muslim sedang berkuliah di Universitas Islam yang ada di Yogyakarta
- b. Berasal dari wilayah berbeda
- c. Berusia 18-22 tahun
- d. Telah mengikuti *Starday Nite* lebih dari tiga kali
- e. Periode bulan Mei-Juli
- f. Menyetujui untuk diwawancara.

Dari delapan orang yang peneliti temukan, tiga diantaranya tidak bersedia untuk diwawancara. Sedangkan objek penelitian merupakan

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: CV AFABETA, 2009), hlm. 219.

suatu atribut, sifat, atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.⁴⁵ Maka dari itu yang akan menjadi objek penelitian adalah efek mad'u dalam dakwah Real Masjid 2.0 Yogyakarta lewat program *Starday Nite*.

H. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara merupakan tahap awal yang akan digunakan peneliti dalam penelitian deskriptif kualitatif. Peneliti akan memulai dengan melakukan wawancara kepada informan yang telah ditentukan guna menggali informasi dengan pertanyaan yang akan mengarah kepada objek penelitian yaitu efek dakwah Real Masjid 2.0 dalam program *Starday Nite*. Peneliti juga akan bertukar informasi mengenai latar belakang mad'u mengikuti program *Starday Nite* sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Observasi

Observasi merupakan tahap selanjutnya setelah adanya wawancara. Di tahap ini, peneliti akan turun langsung untuk melakukan pengamatan dari hasil wawancara apakah sesuai dengan ditargetkan terhadap objek. Peneliti akan mengikuti program *Starday Nite* di Real Masjid 2.0 dan turut melakukan pengamatan kepada Informan-informan terpilih berdasarkan data yang ada di lapangan.

⁴⁵ *Ibid.*

3. Dokumentasi

Dokumentasi sebagai tahap terakhir pengumpulan data yang akan mendukung penelitian. Dalam tahap ini penulis akan mengumpulkan foto-foto acara berlangsung, hasil dokumentasi informan seperti story akun media sosial, viewers yang ada di youtube Real Masjid dalam program *Starday Nite*, serta bukti proses wawancara.

I. Analisis Data

Model analisis data Miles dan Huberman terdiri dari 3 alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dalam penelitian ini, analisis data kualitatif merupakan upaya yang berlanjut, berulang dan terus-menerus. Masalah reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi menjadi gambaran keberhasilan secara berurutan sebagai rangkaian kegiatan analisis yang saling menyusul.⁴⁶

1. Reduksi data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan pada penyederhanaan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan di lapangan. Selama pengumpulan data, terjadilah tahap reduksi selanjutnya (membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema). Proses ini akan terus berlanjut sampai

⁴⁶ Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, terj. Tjejep Rohendi (Jakarta: UI-Press, 2009), hlm. 16-20.

sesudah penelitian lapangan, yaitu sampai laporan akhir lengkap tersusun. Singkatnya reduksi data suatu bentuk menajamkan untuk membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan finalnya dapat ditarik dan diverifikasi.

2. Penyajian data

Penyajian-penyajian data yang dibahas merupakan berbagai jenis matriks, grafik, jaringan dan bagan. Semua digabungkan guna mendapatkan suatu yang tersusun rapi dan mudah diraih. Dengan demikian seseorang dapat melihat apa yang terjadi dan menentukan apakah menarik atau terus melangkah melakukan analisis yang menurut saran.

3. Menarik kesimpulan/Verifikasi

Menarik kesimpulan merupakan sebagian dari satu kegiatan konfigurasi yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan sebelumnya juga melakukan proses verifikasi. Verifikasi dalam analisis ini juga diartikan sebagai tinjauan ulang.

J. Sistematika Pembahasan

Dalam memudahkan pemahaman penyusunan skripsi, peneliti membuat sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN: berisi latar belakang berupa penjelasan mengenai gambaran umum masalah yang ingin diteliti, dilanjut dengan

rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian serta gambaran umum sistematika penulisan skripsi ini.

BAB II GAMBARAN UMUM: berisi deskripsi atau paparan lebih lengkap mengenai subjek dan objek penelitian yang mana tentang Real Masjid 2.0 dan *Starday Nite*.

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN: berisi hasil penelitian terkait efek apa yang mempengaruhi mad'u setelah mengikuti program *Starday Nite* serta alasan mengapa mad'u memilih *Starday Nite* tersebut.

BAB IV PENUTUP: berisi kesimpulan yang merangkum secara ringkas keseluruhan dari penelitian, serta menyajikan saran terkait penelitian.



BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Efek Dakwah Real Masjid 2.0

Berdasarkan hasil penelitian, efek yang didapat oleh mad'u dapat diklasifikasikan menjadi 3 hal, yaitu: Pertama, adalah efek kognitif yang ditandai dengan perubahan pengetahuan, kepercayaan dan pendalaman ilmu pada informan. Efek kognitif tersebut meliputi pengetahuan dan pemahaman tentang orang tua, tentang kematian, tentang kehidupan merantau sebagai mahasiswa, dan tentang cinta. Kedua, adalah efek afektif berupa perubahan emosi yang dialami audience, baik itu senang maupun sedih. *Ketiga*, Efek behavioral dapat ditunjukkan melalui beberapa tindakan audience yaitu, ketekunan beribadah, mengajak teman atau orang lain, dan menyebar informasi di media sosialnya.

2. Alasan Mad'u Mengikuti *Starday Nite*

Berdasarkan temuan data yang diperoleh melalui hasil wawancara dengan lima informan, maka dapat ditemukan beberapa efek yang terjadi pada mereka (mad'u). Model dakwah yang digunakan Real Masjid saat ini terbukti menghasilkan efek pada audiencenya. Tiga dari informan mengatakan alasannya, selain keadaan yang sedang jomblo, *Starday Nite* juga menjadi tujuan mereka ketika waktu luang. Kemudian satu informan mengatakan *Starday Nite* sebagai tempat healing dan hiburannya, dan

informan terakhir mengatakan *Starday Nite* tetap sesekali menjadi pilihan untuk mengisi kegiatan kajian walaupun sudah mempunyai pasangan.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka berikut peneliti paparkan beberapa saran yang relevan dengan penelitian ini:

1. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk melakukan penelitian dengan subjek atau objek yang berbeda seperti tentang strategi dakwah apa yang dilakukan untuk program tersebut dengan menggunakan metode kualitatif atau penelitian tentang efektivitas program tersebut dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif, sehingga hasil penelitian dapat membantu masjid-masjid untuk mengembangkan dakwah lewat program serupa.
2. Bagi umat Islam diharapkan bijak memilih kajian yang sesuai dengan kebutuhan diri mad'u. Tidak boleh merasa malu ketika menyebarkan aktivitas dakwah yang diterimanya selama itu masih di dalam syariat.
3. Bagi marbot Real Masjid 2.0 dan masjid-masjid lainnya diharapkan mampu lebih kritis untuk menerima penelitian yang dilihat dapat mendukung dan membangun kemashlahatan tidak hanya untuk masjid, tetapi umat Islam kedepannya juga.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an, *Syaamil Quran Yasmina* dan terjemahannya, Bandung: Sygma Corp, 2007.
- Ash Shiddieq, Abdul Azizi dan Anas Mujahiddin, "*Fungsi Masjid dalam Perspektif Tafsir Al-Munir (Studi Kasus Aplikasi Fungsi Masjid di Masjid Raudhatul Jannah 1 dan 2 Pesantren Terpadu Daruk Qur'an Mulia)*", *Jurnal Kajian Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir*, vol. 1: 2, 2021.
- Aziz, Moh. Ali, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Bungin, Burhan, *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Jakarta: Kencana, 2011.
- Fathurrahman, "*Masjid Sebagai Pusat Pendidikan Masa Klasik*", *Jurnal Pemikiran Pendidikan Islam*, vol. 13: 1, 2015.
- Fitriansyah, Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja), *Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, vol. 18: 2, 2018.
- FOKKUS BABINROHIS Pusat, *Pedoman Manajemen Masjid*, Jakarta: 2004.
- Harifuddin, Diddin, *Dakwah Aktual*, Jakarta: Gema Insani Press, 1998.
- Herzawati, Syawwaliah, "*Pentingnya Pendidikan Agama dalam Membangun Karakter Generasi Millenial di Era Globalisasi*", *Jurnal Pendidikan Profesi Guru Agama Islam*, vol. 2: 1, 2022.
- Ilahi, Wahyu, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010.
- Jafar, Iftitah, "*Tujuan Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an Mempertajam Fokus dan Orientasi Dakwah Ilahi*", *Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, vol 34: 2, 2010.

- Juanda dan AM. Fahrurrozi, “Dakwah Melalui Stand Up (Studi di Komunitas Stand Up Comedy Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten)”, *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, vol.10: 1, 2019.
- Kurniawan, Dani, “Komunikasi Model Laswell dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan”, *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, vol.2: 1, 2018.
- Kafie, Jamaluddin, *Psikologi Dakwah: Bidang Studi dan Bahan Acuan*, Surabaya: Indah, 1993.
- Kamil, Sitti Utami Rezkiawary, *Literasi Digital*, Kendari: Literacy Institute, 2018.
- Lisa, Nadia Alvida, “Efek Komunikasi Beda Budaya Dalam Membentuk Kepribadian (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung)”, Skripsi, Lampung: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Raden Intan Lampung, 2022.
- Lukmana, “*Dakwah Milenial (Studi Kasus Terhadap Gerakan Dakwah Guru Rasyid Ridha di Klimantan Selatan)*”, Tesis, Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2022.
- Ma’arif, Bambang Saiful, *Psikologi Komunikasi Dakwah*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Miles, Matthew B. dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, terj. Tjejep Rohendi, Jakarta: UI-Press, 2009.
- Parhan, Muhammad, dkk., “Analisis Metode dan Konten Dakwah yang Diminati pada Remaja”, *Jurnal Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, vol 22: 1, 2022.
- Prestowo, Andi, *Menguasai Teknik-teknik Data Penelitian Kualitatif*, Jogjakarta: Diva, 2010.

- Ramadanu, "Manajemen Strategi Real Masjid 2.0 Dalam Rangka Mewujudkan Masyarakat Madani di Yogyakarta", Skripsi, Yogyakarta: Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2023.
- Rosyad, Abd. Shaleh, *Manajemen Da'wah Islam*, Jakarta: PT. Bulan Bintang, 1993.
- Sarana Ibadah - Daerah DIY, http://bappeda.jogjaprov.go.id/dataku/data_dasar/cetak/315-sarana-ibadah, diakses tanggal 06 Maret 2023.
- Saerozi, *Ilmu Dakwah*, Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2013.
- Setiawan, Wahyu, "Efek Komunikasi Massa Dalam Dakwah Quraish Shihab Tentang Islam Wasathiyah", *Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, vol.17: 2, 2021.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: CV AFABETA, 2009.
- Sukayat, Tata, *Quantum Dakwah*, Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Syamsuriah, "Tantangan Dakwah di Era Milenial", *Jurnal Ilmiah Islamic Resources FAI-UMI Makassar*, vol. 16: 2, 2019.
- Wahyunisa, "Efektivitas Penerimaan Pesan Dakwah Konvensional Dan Dakwah Online Jamaah Teras Dakwah", Skripsi, Yogyakarta: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2019.