

**KEGIATAN DAKWAH FOSILATAMA
(FORUM KOMUNIKASI MASJID DAN MUSHOLA)
TERHADAP MASYARAKAT KECAMATAN TEMBALANG
DAN BANYUMANIK SEMARANG**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah
Univeritas Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I

Disusun oleh:

Achmad Mukhlisun
NIM. 07210024

Pembimbing:

Drs. Abdul Rozak, M.Pd.
NIP 196710061994031003

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2013**



KEMENTERIAN AGAMA RI
UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
FAKULTAS DAKWAH
Jl. Marsda Adisucipto, Telepon (0274) 515856 Fax (0274)
552230 Yogyakarta 55221

PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor: UIN.02/DD/PP.00.9/ 263 /2013

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul :

**KEGIATAN DAKWAH FOSILATAMA(FORUM KOMUNIKASI
MASJID DAN MUSHALA) TERHADAP MASYARAKAT KECAMATAN
TEMBALANG DAN BANYUMANIK SEMARANG**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

N a m a	: Achmad Mukhlisun
Nomor Induk Mahasiswa	: 07210024
Telah dimunaqasyahkan pada	: Kamis, 7 Februari 2013
Nilai Munaqasyah	: A/B

dan dinyatakan diterima oleh Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga.

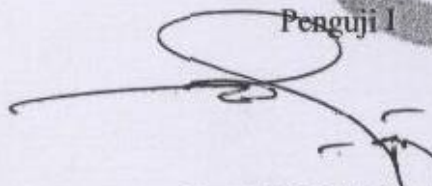
TIM MUNAQOSYAH

Pembimbing

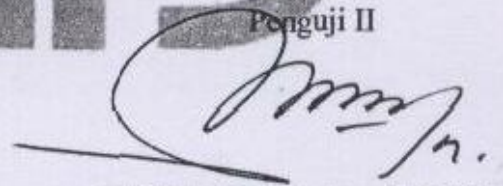


Drs. Abdul Rozak, M.Pd.
NIP. 19671006 199403 1 003

Penguji I


Drs. H.M.Kholil, M.Si
NIP. 19590408 198503 1 005

Penguji II


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

Yogyakarta, 14 Februari 2013
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Dakwah
Dekan





KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH

Jl. Marsda Adisucipto, Telepon (0274)515856 Yogyakarta 55281

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah

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 : Achmad Mukhlisun

NIM : 07210024

Judul Skripsi : KEGIATAN DAKWAH FOSILATAMA (FORUM KOMUNIKASI MASJID DAN MUSHALA) TERHADAP MASYARAKAT KEC. TEMBALANG DAN BANYUMANIK SEMARANG

Sudah dapat diajukan kembali kepada fakultas Dakwah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata satu Komunikasi Islam.

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

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 29 Januari 2013

Pembimbing



Ketua Jurusan

Evi Septiani, TH. M.Si

NIP. 1964092319922032001

TIZIP

Drs. Abdul Rozak, M.Pd.

NIP. 196710061994031003

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Achmad Mukhlisun
NIM : 07210024
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sejujurnya, bahwa dalam skripsi saya yang berjudul: *KEGIATAN DAK'WAH FOSILATAMA (FORUM KOMUNIKASI MASJID DAN MUSHOLA) TERHADAP MASYARAKAT KEC.TEMBALANG DAN BANYUMANIK SEMARANG*. Adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

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

Yogyakarta, 30 Januari 2013

Yang menyatakan,



Achmad Mukhlisun
Achmad Mukhlisun

NIM : 07210024

MOTTO

لَهُ مَعْقَبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ
اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ
سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ ﴿١١﴾

*“ Allah tidak akan mengubah (keadaan) suatu kaum, apabila mereka
tidak merubah (keadaan) diri mereka sendiri ”*

(Q.S. Ar-Ra'd: 11)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

1. *Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Fakultas Dakwah (Komunikasi dan Penyiaran Islam).*
2. *Bapak dan Ibu (H. Saifudin dan Hj. Suwarni) yang telah membimbing dan mengarahkan, memenuhi segala kebutuhan saya baik moril maupun materil, dan yang selalu mendoakan saya, sehingga saya dapat menyelesaikan studi sampai selesai.*
3. *Saya khususkan kepada Bapak saya tercinta, semoga dengan selesainya studi ini bias sedikit mengurangi dan mengobati penyakitnya yang selama ini beliau alami.*
4. *Saudara- saudaraku yang telah memberi masukan dan arahan, motivasi selama penulis mengerjakan skripsi ini, Mas Tahlisul Khotib, S.Sos,i, Miftahul Fuad, SE,i. Adikku Ulfatul Khasanah, Ali Mustofa jika selama ini telah mendoakan saya.*
5. *Teman-temanku KPI 2007, semoga kedepannya kita menjadi orang yang sukses.*
6. *Saudari Oktania Indah Ardina yang telah banyak memberikan semangat dan memberikan banyak bantuan atas karyaku ini.*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT Yang telah melimpahkan segala Rahmat dan Hidayahnya, yang senantiasa selalu mengalir terus menerus tiada henti-hentinya. Sehingga kita semua senantiasa dalam lindungan dan maghfirah-Nya. Sholawat serta salam kita haturkan kepada junjungan Nabi Agung kita Muhammad SAW. Yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman modern seperti yang kita rasakan sekarang ini.

Alhamdulillah, skripsi dengan judul “Kegiatan Dakwah Fosilatama(Forum Komunikasi Masjid dan Mushalla) Terhadap Masyarakat Kec. Tembalang dan Banyumanik Semarang” telah selesai disusun guna memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Selanjutnya penulis menyadari sepenuhnya skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kekhilafan, baik kekurangan secara teoritis, metodologis maupun teknis penulisan. Hanya saran serta kritik untuk penyempurnaan tulisan ini. Dengan rasa hormat dan syukur, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Musa Asy'ari selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
2. Dr. H. Waryono Abdul Ghafur, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah.
3. Dra. Hj. Evi Septiani, TH. M.Si selaku ketua jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam(KPI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

4. Bapak Saptoni, M.A, selaku Pembimbing Akademik.
5. Drs. Abdul Rozak, M.Pd selaku pembimbing yang telah mencurahkan waktu, tenaga, dan pikiran dengan penuh kesabaran membimbing penulis dalam proses penyelesaian skripsi.
6. Para Bapak/Ibu Dosen dan staf karyawan di Fakultas Dakwah, yang telah memberikan arahan selama penulis menempuh pendidikan di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Teristimewa Bapak dan Ibu ku tercinta (H.Saifudin dan Hj. Suwarni) yang telah membesarkan ku, dengan penuh keikhlasan serta kasih-sayang yang tidak pernah aku dapatkan dari orang lain. Sehingga aku selesai di Almamater tercinta ini. Maafkan aku bapak/ibu belum bisa seperti yang engkau inginkan, Aku akan berusaha menggapai ridho Allah melalui pengabdian aku pada mu (Bapak dan Ibu).
8. Teman-teman dan para sahabat angkatan 2007 Komunikasi dan Penyiaran Islam. Khususnya Muhammad Arfan Shodik, Octavia Kurniawati, Basith Alvaro Stromiko, Royyan, Dedi Farid Darmawan, Viki Febrianto, S,Kom,i, Syahroni, Ulul Azmi, SE.i yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini dan teman-teman lain yang tidak bisa ku sebut satu persatu Terima kasih atas dukungan dan bantuan dalam proses pembuatan skripsi ini.
9. Teman-teman kos dabag yang memberikan semangat dan keharmonisan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan nyaman, Mas Anung, Rizak Yasir, Adji Sumpyung, Puguh, Yogi Irfan, Bapak kos mas Andy, penulis ucapkan terimakasih.

10. Ungkapan terima kasih kepada berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Tiada kata yang pantas saya ucapkan selain kata ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya semoga amal mereka diterima oleh Allah S.W.T. Pengantar ini saya tulis hanya sebagai pertanda ucapan terimakasih Dan saya ucapan rasa syukur yang harganya tidak dapat dinilai dengan apapun juga. Hanya kepada Allah penulis mengharap ridho dan ampunannya, semoga karya yang sangat sederhana ini bisa memberikan manfaat untuk diriku dan orang lain. Amin.

Yogyakarta, 30 Januari 2013

Penulis,

(Achmad Mukhlisun)

ABSTRAK

Islam adalah agama dakwah, agama yang menugaskan umatnya untuk menyebarkan dan menyiarkan Islam kepada seluruh umat manusia sebagai Rahmatan Lil alamin. Usaha penyebarluasan islam dalam bentuk realisasi terhadap ajarannya adalah melalui dakwah. Fosilatama adalah suatu organisasi yang bergerak dalam bidang ke-Islaman, Fosilatama(Forum Komunikasi Masjid dan Mushalla) memiliki tugas untuk menyebarkan dakwah islam ke umat Islam, dengan tujuan ingin menjadikak masyarakat yang madani, menjaga tali komunikasi antar sesama umat muslim, memakmurkan beberapa Masjid dan Mushalla yang menjadi binaan Fosilatama di Kec. Tembalang dan Banyumanik .

Untuk mengkomunikasikan masyarakat dan jamaah Fosilatama, Fosilatama melakukan bentuk komunikasi berupa adanya program-program kegiatan, program kegiatan tersebut diadakan supaya bisa terjalinnya suatu komunikasi sesama masyarakat yang menjadi jamaah Fosilatama. Dengan adanya program-program tersebut, Fosilatama bisa menjadikan sebagai tolak ukur apakah dakwah yang Fosilatama sampaikan mendapat respon yang baik dari masyarakat atau respon kurang baik dari masyarakat, yang dimaksud respon baik adalah bagaimana sikap masyarakat terhadap komunikasi dakwah yang dilakukan Fosilatama. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana bentuk komunikasi dakwah Fosilatama dan peneliti ingin mengetahui respon masyarakat Kec. Tembalang dan Banyumanik terhadap dakwah yang disampaikan Fosilatama.

Penelitian ini termasuk penelitian kualitataif dan penelitian survei dengan mengambil sampel sebanyak 50 responden untuk mengetahui respon masyarakat terhadap dakwah yang dilakukan Fosilatama. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode statistik deskriptif. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan terhadap hasil penelitian tentang komunikasi dakwah Fosilatama terhadap masyarakat Kec. Tembalang dan Banyumanik, maka penulis dapat menyimpulkan hasil dari penelitian ini. Hasil yang pertama, penulis mengetahui bentuk komunikasi yang Fosilatama lakukan guna menyebarkan syiar dakwahnya. Hasil yang kedua, dengan melihat prosentase (62%) maka dapat dikatakan bahwa respon msyarakat Kec. Tembalang dan Banyumanik terhadap dakwah yang disampaikan Fosilatama berada dalam kategori cukup baik, gambaran tersebut diperoleh dengan banyaknya masyarakat yang berpartisipasi dalam program-program kegiatan yang diadakan Fosilatama, intensitas masyarakat yang selalu mengikuti program dakwah, tarbiyah (program Islam). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa respon masyarakat terhadap dakwah Fosilatama termasuk dalam golongan respon yang positif.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Kegunaan Penelitian.....	6
F. Kajian Pustaka.....	6
G. Kerangka Pemikiran	8
H. Metodologi Penelitian	27
I. Metode Analisa Data.....	32
BAB II. GAMBARAN UMUM FOSILATAMA (FORUM KOMUNIKASI MASJID DAN MUSHOLA).....	34
A. Sejarah Berdirinya Fosilatama dan Perkembangannya.....	34
1. Keanggotaan.....	35
2. Pengurus	36
3. Jamaah Fosilatama	39

B. Visi dan Misi Fosilatama.....	40
1. Visi Fosilatama.....	40
2. Misi Fosilatama.....	40
C. Tujuan Fosilatama.....	41
D. Struktur Organisasi Fosilatama.....	41
BAB III. KEGIATAN DAKWAH FOSILATAMA DAN RESPON	
MASYARAKAT TERHADAP KEGIATAN DAKWAH	
FOSILATAMA.....	56
A. Kegiatan Dakwah Fosilatama.....	56
1. Kegiatan Dakwah Bil Lisan Fosilatama.....	56
2. Kegiatan Dakwah Bil Hal Fosilatama.....	60
B. Respon Masyarakat Terhadap Dakwah Fosilatama.....	67
BAB IV. PENUTUP.....	83
A. Kesimpulan.....	83
B. Saran-saran.....	84
C. Kata Penutup.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
CURRICULUM VITAE	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Intensitas masyarakat Kec. Tembalang dan Banyumanik mengikuti kegiatan dakwah Selapanan	67
Tabel 2.	Intensitas masyarakat Kec. Tembalang dan Banyumanik mengikuti kegiatan TPA.....	68
Tabel 3.	Intensitas masyarakat Kec. Tembalang dan Banyumanik mengikuti kegiatan sosial	69
Tabel 4.	Intensitas masyarakat Kec. Tembalang dan Banyumanik mengikuti kegiatan pemberdayaan ekonomi.....	70
Tabel 5.	Adanya kegiatan TPA yang diadakan Fosilatama	71
Tabel 6.	Adanya kegiatan Selapanan yang diadakan Fosilatama	71
Tabel 7.	Adanya kegiatan sosial yang diadakan Fosilatama	72
Tabel 8.	Adanya kegiatan ekonomi yang diadakan Fosilatama	72
Tabel 9.	Pengetahuan masyarakat tentang program-program Fosilatama ..	73
Tabel 10.	Kebutuhan masyarakat mendapatkan siraman rohani.....	74
Tabel 11.	Waktu untuk kegiatan dakwah siraman rohani diadakan 40 hari sekali.....	75
Tabel 12.	Dorongan mengikuti kegiatan selapanan	76
Tabel 13.	Pelaksanaan kegiatan dakwah dari masjid satu ke masjid yang lain.....	77
Tabel 14.	Ustad Yahya sebagai penyampai materi dakwah pada kegiatan dakwah siraman rohani.....	78
Tabel 15.	Penyampaian dakwah Ustad Yahya Al-Muttamakin	79
Tabel 16.	Keberadaan Fosilatama di tengah masyarakat Kec. Tembalang dan Banyumanik.....	79
Tabel 17.	Penambahan Program Kesehatan	80
Tabel 18.	Penambahan daerah binaan Fosilatama.....	81
Tabel 19.	Respon masyarakat Kec. Tembalang dan Banyumanik terhadap Dakwah Fosilatama	82

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Guna memperjelas pemahaman, menyamakan persepsi, dan upaya memahami konsep-konsep yang ada pada judul yang diajukan, yaitu “Kegiatan Dakwah Fosilatama (Forum Komunikasi Masjid Dan Mushola) Terhadap Masyarakat Kec.Tembalang Dan Banyumanik Semarang”, maka akan dijelaskan istilah-istilah yang terdapat dalam judul.

1. Kegiatan Dakwah

Kegiatan dakwah adalah suatu bentuk komunikasi yang khas dimana seorang (mubaligh/komunikator) menyampaikan pesan-pesan yang bersumber atau sesuai dengan al-Qur'an dan Sunnah dengan tujuan agar orang lain (komunikan) dapat berbuat amal shaleh sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan. Kegiatan mengajak, mendorong dan memotivasi orang lain berdasarkan bashirah untuk meniti ke jalan Allah serta berjuang bersama meninggikan agama-Nya.

Jadi pengertian komunikasi dakwah adalah suatu kegiatan untuk mengkomunikasikan pesan-pesan ajaran Islam. yang dilakukan oleh Fosilatama terhadap masyarakat kecamatan Tembalang dan Banyumanik dengan tujuan untuk merubah situasi dan kondisi komunikan menjadi lebih baik, taat , berakhlak mulia, dan mempunyai norma-norma agama Islam.

2. FOSILATAMA (Forum Komunikasi Masjid dan Mushola)

Fosilatama adalah suatu forum komunikasi masjid dan mushola untuk wilayah Kecamatan Tembalang dan Banyumanik yang merupakan suatu lembaga dakwah, tarbiyah dan social dengan kegiatan usaha dan kerjasama di bidang perekonomian dan jasa. Fosilatama berasaskan Pancasila dan Undang Undang Dasar 1945 serta berdasarkan Aqidah Islamiyah berwawasan rahmatan lil'alamin, Fosilatama tidak berafiliasi pada suatu organisasi politik dan organisasi lainnya. Tujuan Fosilatama sendiri adalah meningkatkan komunikasi antar masjid dan mushola di wilayah Kecamatan Tembalang dan Banyumanik pada khususnya dan kaum muslimin pada umumnya.¹ Fosilatama dijadikan sebagai wadah untuk mengkomunikasikan kegiatan dakwah dalam menanamkan nilai-nilai atau norma-norma agama Islam dan menjadikan masyarakat yang madani untk kaum muslimin pada umumnya.

3. Masyarakat Kecamatan Tembalang dan Banyumanik

Maksud masyarakat dalam penelitian ini adalah masyarakat yang bertempat tinggal di Kecamatan Tembalang dan Banyumanik, sedangkan Kecamatan tembalang dan Banyumanik dalam penelitian ini dan yang menjadi lokasi penelitian ini, adalah wilayah yang terletak di Kec.Tembalang, Kotamadya Semarang, Propinsi Jawa Tengah.

¹ Fosilatama, *ADART BAB I* (Semarang: Fosilatama, 2008), hlm. 1.

B. Latar Belakang Masalah

Sebagai negara yang berkarakter banyak agama, Indonesia memuat berbagai persoalan bagaimana menerapkan dakwah. Keberadaan *multi religion* atau *multi culture*,² tentu saja menjadi nilai poin tersendiri bagi setiap agama atau aliran kepercayaan untuk menyikapi keunikan tersebut. Yakni bagaimana upaya memberikan hal-hal yang mengarah pada kebaikan (*amar ma'ruf*) dan yang sebaliknya (*nahi munkar*).

Sebagai agama yang mempunyai massa terbesar di negara Indonesia, Islam dituntut untuk memberikan peran tanggung jawab besar dalam memberikan kontribusi bagaimana berdakwah yang baik dan santun. Untuk itulah, diperlukan juga suatu keilmuan berdakwah yang apik, tepat dan santun.

Proses dan ruang lingkup komunikasi sangatlah luas, karena komunikasi adalah bagian dari sejarah manusia itu sendiri, komunikasi adalah cara manusia berinteraksi dengan dirinya sendiri, masyarakat, bangsa bahkan Tuhan. Manusia berkomunikasi dengan cara menganut, memahami, mengamalkan ajaran agama secara intern (ke dalam) dan eksternal (keluar/dengan orang lain), dalam bahasa agama (Islam) hal ini dikenal dengan “dakwah”.

Dakwah merupakan upaya untuk mengkomunikasikan (menyampaikan) ajaran agama kepada orang lain dengan metode-metode

² Agus Dwiyanto, *Membangun Masyarakat Madani: Tinjauan Birokratik-Politik, dalam Membangun Masyarakat Madani*, Tim Editor Pasca Sarjana UMM(Ed) (Penerbit Aditya Media, Yogyakarta, 1999, hlm. 10.

tertentu agar dipahami, dihayati, diamalkan, ajaran yang disampaikan tersebut untuk kebahagiaan di dunia dan akhirat. Adapun berdakwah tidak hanya dapat dilakukan dengan ceramah saja, akan tetapi juga menggunakan cara-cara lain dakwah masa kini sudah barang tentu disesuaikan dengan kemajuan zaman termasuk juga kemajuan teknologi canggih.

Dakwah merupakan kewajiban bagi umat Islam, baik secara individu maupun secara kelompok, secara individu dilakukan oleh perorangan yang tidak terikat dengan suatu lembaga atau organisasi, adapun secara kelompok dilakukan oleh suatu organisasi, lembaga atau unit kerohanian, maka lembaga dakwah Fosilatama sebagai salah satu wadah kegiatan keagamaan, yang ada tengah-tengah kalangan masyarakat, merasa perlu untuk melaksanakan kegiatan dakwah, sebagai wujud mengkomunikasikan dakwah Islamiyah, Namun demikian, lembaga ini tidak hanya bergerak dalam bidang keagamaan saja tapi juga non keagamaan seperti sosial kemasyarakatan dan pengembangan intelektual.

Dengan adanya kegiatan dakwah, diharapkan apa yang telah disampaikan kepada masyarakat secara otomatis akan menjadikan agama sebagai pedoman, pengendalian sikap, tingkah laku, serta menjalankan perintahnya serta menjauhkan segala larangannya dengan penuh kesadaran dalam kehidupan sehari-hari. Fosilatama merupakan unit kegiatan yang bergerak dalam bidang keagamaan yang bersifat religius bagi masyarakat semua kalangan. Fosilatama mempunyai peranan dan tanggung jawab yang sangat besar atas kegiatan religius yang bernafaskan Islam. Lewat lembaga

ini diharapkan masyarakat muslim dapat meningkatkan kemurnian nilai-nilai dan norma Islam di lingkungan Kec. Tembalang dan Kec. Banyumanik yang pada akhirnya diharapkan mampu membentuk masyarakat yang madani dan berakhlakul karimah.

Akan tetapi keberhasilan sebuah dakwah adalah bukan hanya sekedar bagaimana da'i atau organisasi itu bisa menyampaikan pesan dakwah dengan baik, tetapi lebih bagaimana pesan dakwah dari da'i tersebut memperoleh suatu tanggapan atau respon yang positif dari masyarakat (objek dakwah). Respon dari masyarakat (audien) sangat dibutuhkan oleh seorang mubaligh atau organisasi karena umpan balik tersebut akan menjadi petunjuk apakah pesan dakwah yang telah disampaikan berhasil atau tidaknya.

Dari paparan di atas penulis ingin mengetahui bagaimana kegiatan dakwah yang disampaikan Fosilatama terhadap masyarakat Kec. Tembalang dan Banyumanik.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis akan mengemukakan permasalahan yang berkenaan dengan judul skripsi “Kegiatan Dakwah Fosilatama Terhadap Masyarakat Kec. Tembalang dan Banyumanik Semarang”, selanjutnya akan dikemukakan permasalahan dalam bentuk kalimat pertanyaan, sebagai berikut:

1. Bagaimana kegiatan dakwah Fosilatama terhadap masyarakat Kec. Tembalang dan Banyumanik ?

2. Bagaimana respon masyarakat terhadap kegiatan dakwah yang dilakukan Fosilatama ?

D. Tujuan Penelitian

Ingin mengetahui bagaimana kegiatan dakwah yang dilakukan Fosilatama terhadap masyarakat kec. Tembalang dan Banyumanik dan respon masyarakat terhadap dakwah Fosilatama.

E. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dengan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini diharapkan akan memberikan sumbangan pemikiran mengenai bentuk-bentuk komunikasi dakwah.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi keilmuan komunikasi dan penyiaran Islam yang berkaitan dengan komunikasi dakwah.

F. Kajian Pustaka

Dalam pengamatan penulis, penelitian yang memfokuskan diri pada sebuah komunikasi dakwah terhadap organisasi Fosilatama belum ditemukan. Namun demikian, penulis pernah menjumpai beberapa hasil penelitian yang mengkaji tentang suatu respon. Penelitian-penelitian tersebut misalnya sebagaimana ter jelaskan di bawah ini :

Penelitian yang dilakukan oleh Kadarina Wastuti (2010) yang berjudul “*Respon Masyarakat Badegan Terhadap Siaran Dakwah K.H. Mabarun Di Radio Persatuan Bantul*”. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif, penelitian ini mengangkat sebuah program acara Gema Magrib, yang khusus disampaikan oleh K.H. mabarun dengan mengkaji kitab atau hadits menggunakan bahasa jawa. Hasil penelitiannya adalah frekuensi warga badegan mendengarkan dakwah siraman rohani dari K.H Mabarun berada pada kategori sedang, sedangkan sikap masyarakat badegan terhadap keberadaan siaran K.H Mabarun di masyarakat Badegan cukup baik.³

Penelitian yang lain terdapat dalam skripsi yang disusun oleh Yuli Purwanto (2006) yang berjudul “*Respon Remaja Islam Desa Wonokromo Terhadap Tayangan 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 makin marak disiarkan diberbagai stasiun TV baik TV swasta atau pemerintah, namun sebagian besar secara kuantitatif remaja Islam desa Wonokromo bisa memilih dan mendahulukan hal-hal yang lebih penting seperti sholat, menolong orang tua dan lain-lain.⁴

Penelitian yang lain terdapat dalam dalam skripsi yang disusun oleh Nurhamidah Siregar (2001) dengan judul “*Tanggapan Warga UII Yogyakarta*

³ Kadarina Wastuti, *Respon Masyarakat Badegan Terhadap Siaran Dakwah K.H. Mabarun Di Radio Persatuan Bantul*, (Yogyakarta: Skripsi Komunikasi Penyiaran Islam UIN, 2011).

⁴ Yuli Nurwanto, *Respon Remaja Islam Desa Wonokromo terhadap Tayangan Goyang Dangdut di Televisi*, (Yogyakarta: Skripsi Komunikasi Penyiaran Islam UIN, 2006).

Terhadap Imbauan Pesan Lembar Jumat Al-Rasikh". Sampel diambil berdasarkan strata secara acak atau random sampling. Hasil penelitiannya bahwa keberadaan lembar jumat Al-Rasikh ditanggapi secara positif. Para responden berpendapat bahwa pesan-pesan agama yang terdapat dalam lembar jumat Al-Rasikh sesuai dengan masalah-masalah yang berkembang yang sedang dihadapi umat Islam serta dapat memberikan informasi mengenai Islam.⁵ Dari beberapa penelitian yang penulis temukan, belum ditemukan penelitian yang membahas tentang suatu proses kegiatan dakwah yang dilakukan FOSILATAMA terhadap masyarakat untuk membentuk masyarakat yang madani dan respon masyarakat itu sendiri terhadap dakwah yang disampaikan oleh Fosilatama.

G. Kerangka Pemikiran

1. Tinjauan Tentang Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Komunikasi secara etimologi berasal dari bahasa latin *communication*, dengan kata dasar *communis* yang berarti sama, maksudnya orang yang menyampaikan dan orang yang menerima mempunyai persepsi yang sama tentang apa yang disampaikan.⁶

⁵ Nurhamidah Siregar, *Tanggapan Warga UII Yogyakarta terhadap Lembar Jumat Al-Rasikh*, (Yogyakarta: Skripsi Komunikasi Penyiaran Islam UIN, 2001).

⁶ Djalaludin Abidin, *Komunikasi dan Bahasa Dakwah*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1996), hlm. 16.

Sedangkan secara terminologi, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain.⁷

Menurut Lasswel, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Pradigma Lasswel tersebut menunjukkan bahwa komunikasi meliputi 5 unsur, yakni: komunikator, pesan, media, komunikan, efek.⁸

Dari sekian banyak definisi komunikasi yang dikemukakan para ahli dapat disimpulkan bahwa “Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk member tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku baik langsung secara lisan maupun tidak langsung lewat media”, yang dapat disimpulkan tujuannya adalah memberi tahu atau mengubah sikap (*attitude*), pendapat (*opinion*) atau perilaku (*behavior*).⁹

b. Komponen-komponen Komunikasi

1) Komunikator

Komunikator adalah seorang yang berperan sebagai penyampai sebuah pesan atau informasi yang kemudian disampaikan kepada orang lain. Komunikator merupakan sumber informasi dalam sebuah proses komunikasi.

⁷ Onong Uchyana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993) hlm. 4.

⁸ Onong Uchyana Effendy, *Op. cit.*, hlm. 10.

⁹ Onong Uchyana Effendy, *Op. cit.*, hlm. 11.

2) Pesan

Pesan/informasi adalah pernyataan-pernyataan ataupun isi sari materi yang ingin disampaikan dan mengandung sebuah tujuan dalam sebuah proses komunikasi.

3) Komunikan

Komunikan adalah orang yang kemudian menerima pesan yang disampaikan oleh orang lain. Jadi komunikan merupakan tempat tersampainya materi dalam proses komunikasi.

4) Efek

Efek merupakan hasil dari tersampainya sebuah pesan yang kemudian dilakukan oleh komunikan yang memang telah menjadi tujuan dari komunikator dalam sebuah proses komunikasi.

c. Bentuk-Bentuk Komunikasi

Bentuk-bentuk komunikasi terbagi menjadi empat bagian.

1) Komunikasi Intrapersonal (*personal communication*)

Komunikasi Intrapersonal adalah bagaimana orang menerima informasi, mengolahnya, menyimpannya dan menghasilkan kembali. Komunikasi intrapersonal meliputi sensasi, persepsi, memori dan berfikir. Sensasi adalah proses menangkap stimulasi. Persepsi ialah member makna pada sensasi sehingga manusia memperoleh pengetahuan baru. Dengan kata lain persepsi mengubah sensasi menjadi informasi.¹⁰

¹⁰ Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003) hlm. 79.

2) Komunikasi Kelompok

Komunikasi ini berjalan dan terwujud dalam berbagai kegiatan-kegiatan yang melibatkan beberapa orang dalam satu komunitas. Komunikasi bisa berupa ceramah, diskusi, pengajian, kegiatan umum, forum, seminar, dan lain-lain.

3) Komunikasi Media

Komunikasi dengan menggunakan media alat yang dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Media yang digunakan bisa berupa media cetak maupun elektronik, Tv, Radio dan yang sanggup memberikan pesan komunikasi dan informasi yang tidak terbatas.

4) Komunikasi Massa

Komunikasi ini dapat berupa iklan layanan masyarakat yang jangkauannya sangat terbatas dan biasanya memberikan informasinya sekedarnya sesuai dengan fungsinya sebagai penyampai informasi.¹¹

Nah dari sini bisa diarahkan bahwa proses komunikasi merupakan transformasi pesan komunikator kepada komunikan yang mengandung maksud dan tujuan tertentu dengan berbagai metode dan media yang ada, yang tujuan utamanya adalah merubah suatu keadaan dari status kurang baik menjadi sebuah keadaan yang lebih baik.

¹¹ Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003) hlm.

2. Tinjauan Tentang Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Dari segi bahasa dakwah berarti ajakan, panggilan atau seruan.¹² Sedangkan dari segi istilah definisi dakwah adalah suatu aktifitas yang mendorong manusia untuk memeluk agama Islam melalui cara yang bijaksana agar mendapat kesejahteraan di dunia dan akhirat.¹³

Menurut Amrullah Ahmad, dakwah Islam pada hakikatnya merupakan aktualisasi imani (*theology*) yang dimanifestasikan dalam suatu system kegiatan manusia beriman dalam bidang kemasyarakatan yang dilaksanakan secara teratur untuk mempengaruhi cara merasa, berfikir, bersikap dan bertindak manusia dataran kenyataan individual dan social cultural dalam rangka mengusahakan terwujudnya ajaran Islam dalam semua segi kehidupan dengan menggunakan cara tertentu.¹⁴ Dakwah dalam pengertian yang lebih khusus berarti mengajak baik pada diri sendiri ataupun pada orang lain untuk berbuat baik sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang telah digariskan oleh Allah dan Rasul-Nya serta meninggalkan perbuatan-perbuatan yang tercela pula. Dalam Al-Qur'an disebutkan pada surah An-Nahl ayat 125 “

¹² Asmuni Syukur, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1984), hlm. 19.

¹³ Toha Yahya Omar, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Wijaya, 1967), hlm. 11.

¹⁴ Amrullah Ahmad, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*, (Yogyakarta: Sari Agung, 2002), hlm. 115.

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



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

b. Subyek Dakwah

Subyek dakwah menurut Masyhur Amin adalah setiap orang yang menyatakan sepenuh hati bahwa dirinya pemeluk Islam maka sekaligus ia memiliki suatu kewajiban untuk melaksanakan dakwah Islam baik secara langsung maupun tidak langsung.¹⁵

Fungsi dakwah Islam adalah menyebarkan agama Islam beserta ajaran-ajaran-Nya kepada orang lain. Dan setiap muslim berkewajiban berdakwah, melakukan amar ma’ruf nahi munkar, jadi setiap muslim adalah da’i, karena sudah menjadi kewajibannya. Namun demikian, karena pengetahuan dan kesanggupan merekapun berbeda-beda, jadi setiap muslim wajib berdakwah menurut kesanggupan dan kemampuan yang dimiliki.

c. Obyek Dakwah

Dalam hal ini yang dimaksud obyek dakwah adalah masyarakat sebagai penerima dakwah, sasaran dakwah atau kepada siapa dakwah

¹⁵ Masyhur Amin, *Dakwah Islam dan Pesan Moral*, (Yogyakarta: Al-Amin Press, 1997), hlm.11.

itu ditujukan, merupakan kumpulan diri individu dimana materi dakwah akan disampaikan dan tiap-tiap individu akan mempunyai cara-cara yang berbeda dalam menerima dakwah karena masing-masing mempunyai daya tangkap yang berbeda pula. Untuk itu seorang juru dakwah harus mempelajari dan menyelidiki terlebih dahulu keadaan masyarakat yang akan dijadikan sebagai obyek dakwah.¹⁶

d. Media Dakwah

Media dakwah adalah sesuatu yang dapat dipergunakan sebagai alat dakwah untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan. Media dakwah bisa berupa barang, orang, tempat, kondisi tertentu dan sebagainya.¹⁷ Dengan demikian media dakwah dapat diartikan segala sesuatu yang dapat dipergunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dakwah yang telah ditentukan.

Ada beberapa media yang dapat dipergunakan sebagai media dakwah, antara lain:

- 1) Lembaga-lembaga pendidikan formal
- 2) Lingkungan keluarga
- 3) Organisasi-organisasi Islam
- 4) Hari-hari besar Islam
- 5) Media massa
- 6) Seni budaya.¹⁸

¹⁶ *Ibid*, hlm 11

¹⁷ *Ibid*, hlm. 163.

¹⁸ *Ibid*, hlm. 168-179.

e. Metode Dakwah

Metode merupakan pedoman pokok yang mula-mula harus dijadikan pertimbangan dalam pemilihan dan penggunaannya.¹⁹ Metode dakwah adalah cara-cara atau jalan yang dilakukan untuk mencapai tujuan dari dakwah itu sendiri. Dakwah dapat dilakukan dengan menggunakan metode-metode :

1) Dengan hikmah

Dengan hikmah yaitu metode melaksanakan suatu langkah atau tindakan yang bermanfaat, efektif, bijaksana dan tepat pada sasaran. Pandai memilih waktu, mampu menyelesaikan dengan situasi dan kondisi yang dihadapi.

2) Dengan nasehat yang baik

Nasehat yang baik adalah bentuk nasehat yang seluruhnya berdasarkan atas garis agama Islam. Nasehat yang baik disini menyangkut dalam bentuk amar ma'ruf nahi munkar yaitu member nasehat agar melaksanakan apa yang diperintahkan oleh agama dan menjauhi apa yang dilarang agama.

3) Dakwah dengan berdiskusi

Adalah dakwah dengan bertukar pikiran untuk mendorong berfikir secara benar atau dengan argumen yang kuat lagi benar. Biasanya metode ini ditujukan kepada sasaran dakwah yang lebih

¹⁹ *Ibid*, hlm. 100.

tinggi tingkat pemahaman makna daripada dakwah sehingga dalam menghadapi segala sesuatu tidak hanya menerima begitu saja.

4) Dakwah bil-Lisan

Adalah suatu teknik atau metode dakwah yang banyak diwarnai oleh karakteristik bicara seorang da'i atau Mubaligh pada waktu aktifitas dakwah. Dalam buku lain, dakwah bil lisan diartikan sebagai tata cara pengutaraan dan penyampaian dakwah dimana berdakwah lebih berorientasi pada berceramah, pidato, tatap muka dan sebagainya.²⁰

Dapat disimpulkan bahwa dakwah bil lisan adalah metode dakwah yang dilakukan oleh seorang da'i dengan menggunakan lisannya pada saat aktifitas dakwah melalui bicara yang biasanya dilakukan dengan ceramah, pidato, khutbah, dan lain-lain.

5) Dakwah bil-Hal

Islam adalah agama dakwah artinya agama yang selalu mendorong pemeluknya untuk senantiasa aktif melakukan kegiatan dakwah. Kemajuan dan kemunduruan umat islam sangat berhubungan erat dengan dakwah yang dilakukannya. Oleh karena itu al-Qur'an menyebutkan kegiatan dakwah dengan "*Ahsanul Qaula*" (ucapan dan perbuatan yang baik). Sebagaimana firman Allah SWT:

²⁰ Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar dan Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1983), hlm, 104

Artinya: Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh, dan berkata: “Sesungguhnya aku Termasuk orang-orang yang menyerah diri?”. (An-Fushilat:33)

Dakwah seperti yang diungkapkan dalam ayat diatas tersebut tidak hanya dakwah berdemensi ucapan atau lidah tetapi juga dakwah dengan perbuatan yang baik, seperti apa yang telah Rasul SAW lakukan.²¹

3. Tinjauan Tentang Komunikasi Dakwah

Pada dasarnya komunikasi dakwah adalah komunikasi yang unsure-unsurnya disesuaikan dengan visi dan misi dakwah. Hal ini sejalan dengan rumusan yang dikemukakan oleh pakar komunikasi, Toto Tasmara, bahwa komunikasi dakwah adalah suatu bentuk komunikasi yang khas, dimana seseorang (mubaligh/komunikator) menyampaikan pesan-pesan yang bersumber atau sesuai dengan Al-Qur'an dan Sunnah dengan tujuan agar orang lain (komunikan) dapat berbuat amal shaleh sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan.²²

Jadi dari segi proses, komunikasi dakwah hampir sama dengan komunikasi pada umumnya, tetapi yang membedakan hanya pada cara dan tujuan yang akan dicapai. Adapun tujuan komunikasi pada umumnya yaitu mengharapkan partisipasi dari komunikan atas ide-ide atau pesan-pesan yang disampaikan oleh pihak komunikator sehingga dengan pesan-pesan yang disampaikan tersebut terjadilah perubahan sikap dan tingkah laku

²¹ Suparta Munzier dan Hefsi Harjani, “*Metode Dakwah*”, PT Semesta, Jakarta, 2006

²² Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997) hlm. 49.

yang diharapkan. Sedangkan tujuan komunikasi dakwah adalah mengharapkan terjadinya perubahan atau pembentukan sikap dan tingkah laku sesuai dengan ajaran-ajaran agama Islam.

4. Teori Stimulus-Organisme-respon (SOR)

Teori *Stimulus-Organisme-Respon* (teori SOR) merupakan reaksi yang terjadi pada seseorang atau *audiens* setelah terkena *exposure stimulus* tertentu. Mc Quail menjelaskan bahwa elemen-elemen utama dari teori ini adalah:

- a. Pesan (*stimulus* : S)
- b. Komunikan (*organism* : O)
- c. Respon (R) .²³

Respon atau tanggapan tidak datang dengan sendirinya, akan tetapi ada beberapa hal yang mempengaruhinya, diantaranya adalah adanya faktor perspektif perbedaan individual, kategori sosial, serta faktor hubungan sosial.

1) Faktor perspektif perbedaan individual

Faktor perspektif perbedaan individual memandang bahwa bagaimana individu memilih stimuli dari lingkungan, dan bagaimana ia memberi makna pada stimuli tersebut. Setiap orang mempunyai potensi biologis, pengalaman belajar, dan berada dalam lingkungan yang berbeda. Adanya perbedaan respon atau perbedaan sikap individu terhadap suatu objek sebenarnya dapat

²³ Saefuddin Azwar, *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997), hlm. 63.

dipahami, karena konsep individu itu berasal dari kata *individuum*, yang artinya tidak terbagi. Manusia sebagai individu berarti orang perorangan yang mempunyai ciri-ciri kepribadian yang tidak ada duanya atau unik/khas dirinya. Bahkan meskipun ada dua anak kembar yang berasal dari sel telur yang sama, tetapi karakter mereka adalah berbeda. Kelihatannya sama akan tetapi sebenarnya ada nuansa atau perbedaan tipis.

2) Perspektif kategori sosial

Perspektif kategori sosial berasumsi bahwa dalam masyarakat terdapat kelompok-kelompok sosial yang reaksinya pada stimuli tertentu cenderung sama. Kelompok sosial berdasarkan usia, jenis kelamin, tingkat pendapatan, pendidikan, hobby, tempat tinggal, gaya hidup, dan keyakinan beragama menampilkan kategori respons yang cenderung sama terhadap berbagai aspek kehidupan.

Anggota-anggota kategori tertentu akan cenderung memilih isi komunikasi yang sama dan akan memberi respons kepadanya dengan cara yang hampir sama pula.

3) Perspektif hubungan sosial

Perspektif ini menekankan pentingnya peranan hubungan sosial yang informal dalam mempengaruhi reaksi orang terhadap suatu objek. Perspektif ini tampak pada model “two step flow of communications”.

Dalam model ini, informasi bergerak melewati dua tahap. Tahap pertama; informasi bergerak pada sekelompok individu yang relatif lebih tahu dan sering memperhatikan informasi. Tahap kedua; informasi bergerak dari orang-orang tersebut di atas (disebut pemuka pendapat/opinion leader) dan kemudian melalui saluran-saluran interpersonal disampaikan kepada individu yang bergantung kepada mereka dalam hal informasi. Jadi penekanannya adalah pada adanya relasi sosial informal yang berlangsung di antara orang-orang, yang antara lain peranan dimainkan oleh pemuka pendapat seperti yang ada di pedesaan.²⁴

5. Tinjauan Tentang Respon

a. Pengertian Respon

Secara terminology pengertian respon adalah rangsangan-rangsangan yang menyebabkan terjadinya perubahan-perubahan sikap.²⁵ Respon juga bisa diartikan sebagai goresan dari pengamatan membentuk sikap setuju atau tidak setuju, senang atau tidak senang, menerima atau tidak menerima.²⁶ Steven M. Caffe membagi respon menjadi tiga yaitu:

1. Kognitif

Respon yang berkaitan erat dengan pengetahuan ketrampilan dan informasi seseorang mengenai sesuatu. Respon ini timbul apabila

²⁴ Kuku Herdianto, *Belajar Komunikasi. Blogspot.com*

²⁵ M. Dimiyati Mahmud, *Psikologi Suatu Pengantar*, (Yogyakarta: BPFE, 1980), hlm. 58.

²⁶ Sukamto, *Nafsiologi: Suatu Pendekatan Alternatif Atas Psikologi*, (Jakarta: Integrita Press, 1985), hlm. 101.

ada perubahan terhadap yang dipahami atau dipersepsi oleh khalayak.

2. Afektif

Respon yang berhubungan dengan emosi, sikap, dan menilai seseorang terhadap sesuatu. Respon ini timbul apabila ada perubahan yang disenangi oleh khalayak terhadap sesuatu.

3. Konatif

Respon yang berhubungan dengan perilaku nyata yang meliputi tindakan atau perbuatan.

b. Respon Dalam Komunikasi

Tujuan utama dalam komunikasi adalah terjadinya respon atau tanggapan terhadap *stimulus*/rangsangan. Tanpa adanya suatu respon atau tanggapan baik secara langsung atau tidak langsung maka dapat dikatakan bahwa komunikasi tersebut tidak berhasil sesuai tujuannya.²⁷

Respon sangat erat kaitannya dengan stimulus, karena dengan adanya stimulus seseorang akan mempunyai persepsi tentang suatu peristiwa yang membangkitkan respon atau reaksi. Respon dalam proses komunikasi berfungsi dan disebut dengan istilah umpan balik (*feed back*), sedangkan *feed back* dalam proses komunikasi merupakan komponen komunikasi.²⁸

²⁷ Onong U. Effendi, *Op. Cit.*, hlm. 19.

²⁸ Sumarto dan Djoenasih, *Komunikasi Persuasi dan Retorika*, (Yogyakarta: Liberty, 1983), hlm. 27.

Umpan balik memainkan peranan yang sangat penting dalam komunikasi sebab ia menentukan berlanjutnya komunikasi atau berhentinya komunikasi yang dilancarkan komunikator. Menurut Ralph Webb sifat respon dalam komunikasi terdiri dari:

1) *Positif Feedback* (respon positif)

Respon atau tanggapan yang diterima komunikator dari komunikan dapat dimengerti dan mencapai saling pengertian, sehingga komunikan mendukung, menyepakati, mengiyakan, menyetujui pesan atau bersedia memenuhi ajakan seperti yang termuat dalam pesan yang diterimanya.

2) *Negative Feedback* (respon negatif)

Respon atau tanggapan dari komunikan kepada komunikator yang tidak menyenangkan, tidak mendukung, menentang yang berarti terjadinya protes ketidaksetujuan.²⁹

c. Respon sebagai Proses Pembentukan Sikap

Menurut H. Harvey dan William P. Smith, sikap adalah kesiapan merespon secara konsisten dalam bentuk positif atau negative terhadap objek/situasi.³⁰ Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa sikap merupakan produk dari proses sosialisasi dimana seseorang bereaksi sesuai dengan rangsangan yang diterimanya. Sikap seseorang terhadap obyek dapat digolongkan menjadi dua bagian:

²⁹ T. May Rudy, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat Internasional*, (Bandung: P.T. Rafika Aditama, 2005), hlm. 5.

³⁰ Siti Partini Suadirman, *Psikologi Sosial*, (Yogyakarta: Studing, 2003), hlm. 61.

1) Sikap Positif

Artinya apabila individu memiliki sikap positif, maka reaksi yang timbul ia akan siap membantu, memperhatikan, dan berbuat yang menguntungkan obyek tersebut.

2) Sikap Negatif

Artinya apabila individu memiliki sikap yang negative, maka ia akan mengecam, mencela, tidak menanggapi, menyerang, bahkan membinasakan obyek tersebut.³¹

Sementara itu Sortain, North, Strange, dan Chapman mengemukakan bahwa timbulnya sikap terdiri atas tiga kategori respon internal yaitu:

- a) Reaksi *Affeksi* (emosional)
- b) Kognisi (kecerdasan)
- c) *Action Tendencies* (berupa motif yang mendorong seseorang untuk berbuat).³²

d. Faktor yang Mempengaruhi Respon

Dalam menghadapi suatu obyek atau masalah yang ada disekitarnya, masing-masing individu berbeda dalam menghadapinya, meskipun obyek yang dihadapi tersebut sama. Salah satu karakteristik reaksi perilaku manusia yang menarik adalah sifat diferensialnya.

³¹ Siti Partini, *Op. Cit.*, hlm. 63.

³² *Ibid.*, hlm. 63.

Maksudnya, satu stimulus dapat menimbulkan lebih dari satu respon yang berbeda dapat saja menimbulkan satu respon yang sama.³³

Faktor penting lain yang mempengaruhi pembentukan respon adalah alat atau media yang menaunginya yang terdiri dari Koran, radio, televisi, majalah, dan film. Karena setiap individu tidak sama perhatiannya, pemahamannya, dan kepentingannya.

Dalam proses komunikasi agar menghasilkan tanggapan/respon yang diharapkan, pesan harus dirancang dan disiapkan dengan matang dan sebaik-baiknya. Faktor pengalaman, proses belajar serta nilai-nilai kepribadian akan mempengaruhi tanggapan terhadap pesan. Beberapa hal yang juga sangat menentukan reaksi respon atau tanggapan:

1) Sikap Komunikan

Sikap terhadap objek tertentu yang dapat merupakan sikap pandangan/sikap perasaan, tetapi sikap mana disertai oleh kecenderungan untuk bertindak sesuai dengan sikap terhadap objek. Selain itu yang menentukan respon didalam proses penerimaan pesan adalah sifat, isi, pandangan baru yang ingin diberikan, siapa yang mengemukakannya dan dengan cara bagaimanakah pandangan tersebut diterangkan.

2) Materi

Materi dakwah hendaknya yang menyejukan audien, mengedepankan pada pesan-pesan agama yang member kesjukan.

³³ Saifuddin Azwar, *Op. Cit.*, hlm. 63.

Setiap penerima dakwah akan selektif dalam menerima apa yang disampaikan oleh seorang da'i, meskipun da'i menawarkan ide-idenya dengan berdasarkan pada dalil-dalil Nash.

3) Bahasa

Merupakan faktor yang sangat penting karena hanya didengar sekali saja. Kemampuan berbahasa setiap penerima dakwah tidak sama antara satu dengan yang lain. Kemampuan berbahasa dalam proses komunikasi menunjukkan kemampuan seseorang dalam menyampaikan pesan dan sekaligus kemampuan mendengarkan dan menerima pesan.

4) Latar belakang pengetahuan

Latar belakang pengetahuan seseorang sangat berpengaruh terhadap cara berpikir seseorang dengan segala kemandiriannya, termasuk dalam mencerna isi pesan dakwah. Semakin tinggi pengetahuan seseorang akan semakin matang pencernaan pesan, dengan demikian akan semakin banyak pertimbangan untuk menerima atau menolak isi pesan. Orang yang kurang pengetahuannya akan cenderung lebih cepat menerima, karena ia merasa sebagai orang yang kurang tahu sehingga cepat merespon seorang tokoh yang dianggap lebih tahu dan siap untuk menjalankan apa yang mereka katakana atas nama kebenaran itu.

5) Kondisi sosial ekonomi masyarakat

Kondisi social berpengaruh terhadap penerimaan pesan dakwah. Orang-orang yang tertekan dalam hal ekonomi akan tidak mudah untuk mencurahkan perhatiannya terhadap pesan-pesan dakwah. Mereka cenderung senang terhadap hal-hal yang praktis yang dapat memenuhi kebutuhan mereka dalam hidup. Maka dari itu pesan-pesan dakwah diarahkan pada bagaimana memberikan jalan keluar dari kesulitan ekonomi yang sedang dirasakan umat.

6) Kredibilitas Komunikator

Ditinjau dari komponen komunikator terdapat 2 faktor yang sangat menentukan tanggapan/respon dari audien kepada komunikator.

a) Kepercayaan pada komunikator

Kepercayaan yang besar akan meningkatkan daya perubahan sikap, selain itu juga mencerminkan bahwa pesan yang diterima oleh komunikan dianggap benar dan sesuai dengan kenyataan empiris.

b) Daya tarik komunikator

Seorang komunikator harus mempunyai kemampuan untuk mengubah sikap komunikan melalui daya tarik, komunikan merasa bahwa komunikator terlibat turut serta dengan merela.

7) Latar belakang kebutuhan dan kepentingan

Komunikan cenderung menerima pesan yang dapat menunjang kepentingan pribadi maupun kelompoknya dan sebaliknya mereka

akan sulit untuk menerima pesan yang dianggap menghambat pencapaian kepentingan subjektifitasnya/mengganggu apa yang mereka rasakan sebagai suatu kebahagiaan.³⁴

H. Metodologi Penelitian

Metode penelitian adalah suatu cara yang selalu dilakukan dalam proses penelitian, dalam rangka memperoleh fakta dan prinsip secara sistematis.³⁵

Adapun metode penelitian data yang dipakai adalah kualitatif dan kuantitatif, metode penelitian deskriptif kualitatif diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subyek atau obyek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang nampak atau secara apa adanya, kemudian dikembangkan dengan memberikan penafsiran terhadap fakta yang ditemukan. Sedangkan metode penelitian kuantitatif disini data penelitian berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik.³⁶ Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif maka data yang didapat akan lebih lengkap dan mendalam.

³⁴ Khadiq, *Subjektivitas Manusia dalam Dakwah, Jurnal Dakwah Media Komunikasi dan Dakwah* (Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga, 2006), hlm. 22.

³⁵ Daud Rasyid, *Islam dalam Berbagai Dimensi*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1998), hlm. 15.

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfa Beta, 2008), hlm. 13.

1. Subjek Penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Tembalang dan Banyumanik Semarang yang menjadi jamaah Fosilatama, Jamaah tersebut sebanyak 90 orang.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian disini adalah kegiatan dakwah Fosilatama yang berupa kegiatan dakwah bil lisan dan kegiatan dakwah bil-hal.

3. Populasi

Populasi adalah seluruh individu yang dimaksud untuk diselidiki.³⁷ Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kec. Tembalang dan Banyumanik yang menjadi anggota Fosilatama. Pada penelitian ini, Peneliti mengambil populasi sebanyak 50 orang jamaah Fosilatama sebagai responden dalam penelitian ini, pada tahap uji coba pre-test, peneliti mengambil sampel sebanyak 20 orang jamaah Fosilatama. Dalam pengambilan sampel penulis menggunakan teknik random sampling, yakni dalam mengambil sampel tanpa pandang bulu artinya semua individu dalam populasi mempunyai hak yang sama atau diberi kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel.

4. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendukung kelancaran tugas pengumpulan data, maka diperlukan metode-metode yang relevan untuk dijadikan sebagai bahan

³⁷ Sutrisno Hadi, *Statistik Jilid II*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1996), hlm. 220.

penyusunan penelitian. Adapun metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Metode *Interview* (wawancara)

Ditujukan kepada beberapa orang responden untuk mengetahui mengenai kegiatan dakwah yang dilakukan oleh Fosilatama.

b. Metode Kuesioner (angket)

Dalam penelitian ini angket yang digunakan adalah angket tertutup, yaitu responden tinggal memilih jawaban yang telah disediakan, yang dinilai paling sesuai. Hal ini dimaksudkan untuk mengarahkan hasil pengumpulan data pada pokok permasalahan yang telah direncanakan. Adapun penggunaan metode kuesioner dalam penelitian ini merupakan metode yang utama. Metode angket ini untuk mengetahui bagaimana respon masyarakat terhadap dakwah yang dilakukan oleh Fosilatama.

Peneliti memberikan skor terhadap alternatif jawaban pada tiap butir pertanyaan pada angket sebagai berikut :

- 1) Jawaban "a" mendapat skor 4
- 2) Jawaban "b" mendapat skor 3
- 3) Jawaban "c" mendapat skor 2
- 4) Jawaban "d" mendapat skor 1

c. Metode Dokumentasi

Metode ini digunakan untuk memperoleh data yang tidak diperoleh dengan menggunakan metode diatas berupa data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta Dokumentasi dalam penelitian ini akan dilakukan dengan mempelajari berbagai arsip-arsip, buku-buku, atau catatan-catatan yang berkaitan dengan dakwah Fosilatama.

d. Metode Observasi

Dalam pengamatan Suharsimi Arikunto observasi adalah suatu metode pengamatan dan pencatatan secara sistematis mengenai fenomena-fenomena yang diselidiki atau diteliti baik itu secara langsung atau tidak langsung. Observasi yang penulis gunakan adalah observasi non partisipan, dimana penulis tidak akan ikut serta berperan ambil bagian dalam kehidupan subyek penelitian. Penulis nanti akan mengadakan observasi menurut kenyataan yang terjadi dilapangan dengan cara melukiskan kata-kata secara cermat dan tepat yang penulis amati, mencatatnya dan kemudian mengolahnya menjadi laporan penelitian.

5. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrument. Suatu instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang ingin diukur dan dapat mengungkap data

secara lengkap. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan validitas konstruk yaitu kerangka dari suatu konsep.³⁸

Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan analisis butir menggunakan rumus korelasi *Product-Moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

N : Jumlah respon

X : Skor jawaban pertanyaan-pertanyaan tiap responden.

Y : Skor total

XY : Skor pertanyaan-pertanyaan dikalikan skor total.³⁹

6. Uji Reabilitas

Selanjutnya untuk mengetahui apakah layak atau tidaknya instrument tersebut digunakan dalam penelitian maka dilakukan uji reabilitas. Uji reabilitas ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Uji reabilitas ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Adapun dalam penelitian ini dilakukan uji reabilitas dengan bantuan computer program SPSS versi 15. Dari hasil uji reabilitas tersebut menunjukkan jika nilai

³⁸ Masri Singarimbun & Sofian Effendi, *Op.Cit.*, hlm. 122.

³⁹ *Ibid.*, hlm. 137.

koefisien reabilitas lebih besar dari nilai r tabel. Dengan demikian instrument tersebut dapat dikatakan reliable..⁴⁰

- a. Jika nilai koefisien reabilitas lebih besar dari nilai r tabel, maka dikatakan reliable.
- b. Jika nilai koefisien reabilitas lebih kecil dari nilai r tabel, maka dikatakan tidak reliable.

I. Metode Analisis Data

Adapun analisis yang penulis pakai dalam penelitian ini adalah menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan prosentasi melalui langkah-langkah sebagai berikut:

1. Pengolahan Data

Setelah data terkumpul, langkah selanjutnya adalah mengolah data.

Adapun tahapan pengolahan data adalah sebagai berikut:

- a. Tahap editing yaitu tahapan pemeriksaan kembali terhadap kelengkapan jawaban yang diperoleh
- b. Tahap coding yaitu tahapan memberi kode pada masing-masing jawaban responden. Untuk mempermudah maka jawaban a diberi kode 4, jawaban b diberi kode 3, jawaban 2 diberi kode 2 dan jawaban d diberi kode 1.
- c. Tabulasi data yaitu meletakkan data pada tabel distribusi frekuensi.

⁴⁰ Masri Singarimbun & Sofian Effendi, *Op.Cit.*, hlm. 144.

Jadi setelah data terkumpul kemudian ditabulasikan yaitu menyusun secara skematis dalam bentuk tabel untuk diinterpretasikan dalam suatu analitik tabel, kemudian diproses untuk dibuat presentase agar dapat diambil kesimpulannya.

Kemudian penginterpretasian data dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan rumus sederhana :

$$P = F/N \times 100\%$$

Keterangan:

F : Frekuensi yang sedang dicari persentasenya.

N : Number of cases (jumlah individu).

P : Angka Presentase.⁴¹

⁴¹ Anas Sudiyono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarta: Rajawali Press, 1987), hlm.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan terhadap hasil penelitian tentang kegiatan dakwah Fosilatama terhadap masyarakat Kec. Tembalang dan Banyumanik maka penulis dapat mengambil kesimpulan kegiatan dakwah yang dilakukan Fosilatama dengan tujuan menjalin komunikasi dan menjadikan masyarakat yang madani di masyarakat Kec. Tembalang dan Banyumanik, dengan mengadakan beberapa program kegiatan yang dimana dengan adanya program tersebut bisa menarik minat masyarakat untuk menjalin ukuwah Islamiyah dan menjalin silaturahmi sesama kaum muslimin. Program-program divisi tersebut sebagai berikut :

1. Kegiatan dakwah bil lisan Fosilatama
 - a. Selapanan
 - b. Taman Pendidikan Al-Qur'an
2. Kegiatan dakwah bil hal Fosilatama
 - a. Kegiatan pemberdayaan ekonomi
 - b. Kegiatan sosial

Sedangkan respon masyarakat terhadap dakwah yang disampaikan oleh Fosilatama, berdasarkan hasil analisis deskriptif statistik diperoleh respon yang cukup baik dari masyarakat, respon tersebut berada pada kategori cukup

baik dengan melihat prosentase sebesar (62%). Gambaran tersebut diperoleh dengan banyaknya masyarakat Kec. Tembalang dan Banyumanik yang telah mengenal Fosilatama dan banyak masyarakat yang mengetahui program-program yang diadakan oleh Fosilatama, serta antusias masyarakat dalam mengikuti program-program tersebut. Masyarakat Kec. Tembalang dan Banyumanik setuju fosilatama terus berada di tengah-tengah masyarakat dan mensyiarkan dakwah melalui kegiatan-kegiatan kerohanian. Masyarakat sangat baik dalam menerima pesan-pesan dakwah Fosilatama melalui siraman rokhani dari ustad Yahya, banyaknya aktifitas yang tak bisa ditunda membuat masyarakat Kec. Tembalang dan Banyumanik minim pengetahuan informasi di bidang agama, sehingga dengan adanya kegiatan pengajian, kegiatan kerohanian lainnya dapat menambah ilmu pengetahuan tentang agama dan menambah tali silaturahmi sesama kaum muslimin. Oleh sebab itu masyarakat merespon baik adanya dakwah yang dilakukan Fosilatama.

B. Saran-saran

Setelah melakukan penelitian tentang komunikasi dakwah Fosilatama terhadap masyarakat Kec. Tembalang dan Banyumanik, penulis memiliki saran sebagai berikut :

1. Bagi juru dakwah hendaknya para juru dakwah mengetahui gambaran kondisi objek dakwah sehingga dapat dijadikan salah satu bahan pemikiran dalam perencanaan strategi dakwah serta peningkatan kualitas

dakwah. Para juru dakwah diharapkan mengetahui apa yang dibutuhkan masyarakat sehingga dalam berdakwah menggunakan metode yang tepat.

2. Bagi masyarakat hendaknya selalu meningkatkan kualitas diri sebagai bekal dalam melakukan komunikasi dakwah dengan saling bertukar pikiran dan pengalaman. Masyarakat hendaknya merespon ajakan dakwah dari da'i, lembaga-lembaga dakwah disekitar guna untuk menambah ilmu pengetahuan dan meningkatkan keimanan dan ketakwaan.
3. Bagi masyarakat Kesibukan beraktifitas bukan menjadi penghalang untuk mengikuti suatu dakwah, baiknya masyarakat mau meluangkan sebagian untuk senantiasa untuk mengikuti kegiatan dalam lingkup kerohanian dan meningkatkan pengetahuan agama.

C. Kata Penutup

Sungguh merupakan suatu kebahagiaan bagi penulis, bahwa pada akhirnya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Bagaimanapun, penulis merasa telah belajar banyak dari pengalaman selama proses penyelesaian penyusunan skripsi ini, yang tentu saja akan sangat bermanfaat bagi perkembangan kehidupan intelektual penulis di masa depan.

Skripsi ini merupakan hasil optimal yang dapat penulis usahakan, dan penulis telah mencurahkan segenap kemampuan untuk menghasilkan yang terbaik. Sungguhpun demikian, penulis menyadari tidak ada yang sempurna dalam kerja yang manusiawi. Hal ini terlebih lagi berlaku untuk skripsi ini,

yang ditulis oleh seorang yang dalam proses berlatih. Karena itu, kritik dan saran yang konstruktif dari berbagai pihak atas aspek-aspek teknis maupun substansi isi skripsi ini selalu penulis harapkan.

Akhir kata, jika ada salah penulisan kata kami mohon maaf yang sebesar-besarnya, dengan mengharap Ridho Allah SWT, semoga skripsi ini memberikan manfaat kepada penulis, para pembaca serta perkembangan ilmu pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Dwiyanto, *Membangun Masyarakat Madani: Tinjauan Birokratik-Politik, dalam Membangun Masyarakat Madani*, Tim Editor Pasca Sarjana UMM(Ed) (Penerbit Aditya Media, Yogyakarta, 1999)
- Amrullah Ahmad, *Dakwah Islam dan Perubahan Sosial*, (Yogyakarta: Sari Agung), 2002
- Anas Sudiyono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarta: Rajawali Press), 1987
- Asmuni Syukur, *Dasar-dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas), 1984
- Djalaludin Abidin, *Komunikasi dan Bahasa Dakwah*, (Jakarta: Gema Insani Press), 1996
- Daud Rasyid, *Islam dalam Berbagai Dimensi*, (Jakarta: Gema Insani Press), 1998
- Fosilatama, *Anggaran Dasar dan Rumah Tangga*, Semarang, 2007
- Hartono, *SPSS16.0, Analisis Data Statistik dan Penelitian*, (Yogyakarta: LSFK2P bekerja sama dengan Pustaka Pelajar), 2008
- Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya), 2003
- Khadiq, *Subjektivitas Manusia dalam Dakwah, Jurnal Dakwah Media Komunikasi dan Dakwah* (Yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga), 2006
- Kukuh Herdianto, *Belajar Komunikasi. Blogspot.com*
- M. Dimiyati Mahmud, *Psikologi Suatu Pengantar*, (Yogyakarta: BPFE,) 1980
- Masri Singarimbun, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta, 1989
- Masyhur Amin, *Dakwah Islam dan Pesan Moral*, (Yogyakarta: Al-Amin Press), 1997
- Onong Uchyana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya), 1993
- Saefuddin Azwar, *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar), 1997

- Siti Partini Suadirman, *Psikologi Sosial*, (Yogyakarta: Studing), 2003
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfa Beta), 2008
- Sukamto, *Nafsiologi: Suatu Pendekatan Alternatif Atas Psikologi*, (Jakarta: Integrita Press), 1985
- Sumarto dan Djoenasih, *Komunikasi Persuasi dan Retorika*, (Yogyakarta: Liberty, 1983)
- Sutrisno Hadi, *Statistik Jilid II*, (Yogyakarta: Andi Offset), 1996
- Tabel Korelasi, *Metode Statistik Deskriptif*
- Toha Yahya Omar, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Wijaya, 1967)
- Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama), 1997
- T. May Rudy, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat Internasional*, (Bandung: P.T. Rafika Aditama), 2005

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR PERTANYAAN

Petunjuk Pengisian

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

Identitasresponden:

Nama : (boleh tidak diisi)

Jenis kelamin :

Pekerjaan :

Pendidikan terakhir :

1. Apakah saudara mengenal Fosilatama?
 - a. Sangat mengenal
 - b. Mengenal
 - c. Kurang mengenal
 - d. Tidak sama sekali
2. Apakah saudara mengetahui program-program kegiatan Fosilatama?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang setuju
 - d. Tidak setuju
3. Apakah saudara pernah mengikuti program kegiatan yang diadakan Fosilatama?
 - a. Selalu
 - b. Sering
 - c. Kadang-kadang
 - d. Tidak pernah

4. Apakah saudara pernah mengikuti kegiatan divisi dakwah?
 - a. Selalu
 - b. Sering
 - c. Kadang-kadang
 - d. Tidak pernah
5. Apakah saudara pernah mengikuti kegiatan divisi tarbiyah?
 - a. Selalu
 - b. Sering
 - c. Kadang-kadang
 - d. Tidak pernah
6. Apakah saudara pernah mengikuti kegiatan divisi sosial?
 - a. Selalu
 - b. Sering
 - c. Kadang-kadang
 - d. Tidak pernah
7. Apakah saudara pernah mengikuti divisi ekonomi dan jasa usaha?
 - a. Selalu
 - b. Sering
 - c. Kadang-kadang
 - d. Tidak pernah
8. Apakah saudara setuju dengan program divisi tarbiyah?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang setuju
 - d. Tidak setuju
9. Apakah saudara setuju dengan program divisi dakwah ?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang setuju
 - d. Tidak setuju
10. Apakah saudara setuju dengan program divisi sosial?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang setuju
 - d. Tidak setuju

11. Apakah saudara setuju dengan program Ekonomi dan Jasa Usaha?
- a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang setuju
 - d. Tidak setuju
12. Apakah saudara membutuhkan siraman Rohani seperti hanya siaran Dakwah Fosilatama?
- a. Sangat membutuhkan
membutuhkan
 - b. Membutuhkan
membutuhkan
 - c. Kurang
 - d. Tidak
13. Menurut saudara, kegiatan dakwah berupa siraman Rohani dan Ustad Yahya yang diadakan selama 40 hari sekali perlukah ditambah?
- a. Sangat perlu
 - b. Perlu dit
 - c. Kurang perlu
 - d. Tidak perlu
14. Apakah yang mendorong saudara mengikuti Dakwah Fosilatama?
- a. Untuk meningkatkan keimanan dan ketakwaan
mengurangi
kebosanan
 - b. Menambah ilmu pengetahuan agama
mengisi kekosongan
waktu
 - c. Untuk
 - d. Untuk
15. Apakah saudara setuju kegiatan Dakwah diadakan secara bergantian dari masjid satu kemasjid lain?
- a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Kurang setuju
 - d. Tidak setuju

16. Apakah saudara setuju dengan Ustad Yahya yang mengisi siraman Rohani?

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

17. Bagaimana Ustad Yahya menjelaskan pesan-pesan Dakwahnya?

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

18. Apakah saudara setuju Fosilatama terus berada ditengah masyarakat Tembalang dan Banyumanik?

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

19. Apakah Fosilatama perlu menambah program divisi selain program-program yang telah diadakan Fosilatama?

- a. Sangat perlu
- b. Perlu
- c. Kurang perlu
- d. Tidak Perlu

20. Menurut saudara, apakah fosilatama perlu menambah daerah binaan selain Kec. Tembalang dan Banyumanik?

- a. Sangat perlu
- b. Perlu
- c. Kurang perlu
- d. Tidak Perlu

Frequency Table

SOAL1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kurang Mengenal	4	8.0	8.0	8.0
	Mengenal	33	66.0	66.0	74.0
	Sangat mengenal	13	26.0	26.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

SOAL2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang setuju	17	34.0	34.0	34.0
	setuju	27	54.0	54.0	88.0
	sangat setuju	6	12.0	12.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

SOAL3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kadang-kadang	8	16.0	16.0	16.0
	Sering	30	60.0	60.0	76.0
	Selalu	12	24.0	24.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

SOAL4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidakpamah	1	2.0	2.0	2.0
	Kadang-kadang	14	28.0	28.0	30.0
	Sering	27	54.0	54.0	84.0
	Selalu	8	16.0	16.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

SOAL5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidakpamah	1	2.0	2.0	2.0
	Kadang-kadang	7	14.0	14.0	16.0
	Sering	33	66.0	66.0	82.0
	Selalu	9	18.0	18.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

SOAL6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kadang-kadang	10	20.0	20.0	20.0
	Sering	36	72.0	72.0	92.0
	Selalu	4	8.0	8.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

SOAL7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kadang-kadang	4	8.0	8.0	8.0
	Sering	35	70.0	70.0	78.0
	Selalu	11	22.0	22.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

SOAL8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	2	4.0	4.0	4.0
	kurang setuju	10	20.0	20.0	24.0
	Setuju	25	50.0	50.0	74.0
	Sangat setuju	13	26.0	26.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

SOAL9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	2.0	2.0	2.0
	Kurang setuju	8	16.0	16.0	18.0
	Setuju	22	44.0	44.0	62.0
	Sangat setuju	19	38.0	38.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

SOAL10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	2	4.0	4.0	4.0
	Kurang setuju	9	18.0	18.0	22.0
	Setuju	27	54.0	54.0	76.0
	Sangat setuju	12	24.0	24.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

SOAL11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidaksetuju	1	2.0	2.0	2.0
Kurang setuju	19	38.0	38.0	40.0
Setuju	21	42.0	42.0	82.0
Sangat setuju	9	18.0	18.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

SOAL12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang membutuhkan	9	18.0	18.0	18.0
Membutuhkan	30	60.0	60.0	78.0
Sangat membutuhkan	11	22.0	22.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

SOAL13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidakperlu	1	2.0	2.0	2.0
Kurang perlu	7	14.0	14.0	16.0
Perlu ditambah	25	50.0	50.0	66.0
Sangat perlu	17	34.0	34.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

SOAL14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Untuk mengisi kekosongan	2	4.0	4.0	4.0
Untuk mengurangi kebosanan	5	10.0	10.0	14.0
Menambah ilmu pengetahuan agama	29	58.0	58.0	72.0
Untuk meningkatkan keimanan dan ketakwaan	14	28.0	28.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

SOAL15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang setuju	6	12.0	12.0	12.0
	Setuju	26	52.0	52.0	64.0
	Sangat setuju	18	36.0	36.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

SOAL16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang setuju	9	18.0	18.0	18.0
	Setuju	22	44.0	44.0	62.0
	Sangat setuju	19	38.0	38.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

SOAL17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak jelas	1	2.0	2.0	2.0
	Kurang jelas	9	18.0	18.0	20.0
	Jelas	23	46.0	46.0	66.0
	Sangat jelas	17	34.0	34.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

SOAL18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang setuju	2	4.0	4.0	4.0
	Setuju	32	64.0	64.0	68.0
	Sangat setuju	16	32.0	32.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

SOAL19

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak perlu	1	2.0	2.0	2.0
	Kurang perlu	4	8.0	8.0	10.0
	Perlu	27	54.0	54.0	64.0
	Sangat perlu	18	36.0	36.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

SOAL20

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang perlu	4	8.0	8.0	8.0
	Perlu	25	50.0	50.0	58.0
	Sangat perlu	21	42.0	42.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Hasil Uji Validitas

No Soal	Pearson Correlation	r table	Status
Soal 1	0,698	0,423	Valid
Soal 2	0,699	0,423	Valid
Soal 3	0,848	0,423	Valid
Soal 4	0,661	0,423	Valid
Soal 5	0,627	0,423	Valid
Soal 6	0,462	0,423	Valid
Soal 7	0,726	0,423	Valid
Soal 8	0,779	0,423	Valid
Soal 9	0,680	0,423	Valid
Soal 10	0,753	0,423	Valid
Soal 11	0,713	0,423	Valid
Soal 12	0,711	0,423	Valid
Soal 13	0,506	0,423	Valid
Soal 14	0,700	0,423	Valid
Soal 15	0,582	0,423	Valid
Soal 16	0,717	0,423	Valid
Soal 17	0,753	0,423	Valid
Soal 18	0,537	0,423	Valid
Soal 19	0,768	0,423	Valid
Soal 20	0,566	0,423	Valid

Sumber: Data primer

Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.933	.864	20

Sumber : Data primer

HASIL DATA KUESIONER

no	nama	soal 1	soal2	soal 3	soal 4	soal 5	soal 6	soal 7	soal 8	soal 9	soal 10	soal 11	soal 12	soal 13	soal 14	soal 15	soal 16	soal 17	soal 18	soal 19	soal 20	jumlah
1	As'adi	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	73
2	Supriyono	3	3	3	2	4	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	53
3	Torik Canggih	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	61
4	Sakhirin Anwar	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	75
5	Kadarisman	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	50
6	Mukhlisin	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79
7	Amim	2	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	60
8	H. Djuwarkani	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	4	1	4	2	3	4	3	4	62
9	Suwarto	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	67
10	Aris Lutfianto	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	1	3	3	3	3	1	3	49
11	Nandar	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	2	2	3	3	2	4	56
12	Sutarno, SH	3	3	3	2	3	3	3	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	54
13	Ali Mustofa	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	4	3	61
14	Iksan Falani	4	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	57
15	Waluyo	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	4	58
16	Ishak	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	74
17	As'an	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	66
18		3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	72
19	Darwanto	3	3	4	2	4	2	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	69
20	Saifudin	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	4	3	4	56
21	Feri Sunarso	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	71
22	Yusuf sindu	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	4	52
23	Djuraemi	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	70
24	Rohmani	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	66
25	Muhamad Muris	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	59
26	Khondori	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	73
27	Jakimin	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	55
28		3	3	3	4	2	3	4	1	4	2	2	3	3	3	3	3	2	4	4	4	60
29	Nasikhun	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	1	2	3	2	60
30	Iwan Setiawan	3	2	2	2	2	2	3	1	3	3	2	3	3	3	2	3	3	4	4	4	54
31	Dedy Farid	3	2	2	2	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	54

32 Ariyanto	3	2	3	1	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	53
33 Rohmat	3	2	3	3	3	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	67
34 Jumianto	3	3	2	2	2	2	3	3	4	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	54
35	3	2	3	3	2	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	65
S H.Rasuwi	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	66
37 Andi wintoro	4	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	4	4	3	3	2	58
38 Saudah	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	63
39 Rofiatun	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	2	2	3	3	3	57
40 Suwati	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	61
41 Siti badriyah	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	58
42 Fatonah	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	55
43 Sumini	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	65
44 Kusyanti	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	56
45 Suwarni	3	2	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	67
46 Sriyati	3	3	2	3	3	3	3	3	1	1	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	60
47 Wuriyah	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	2	4	4	4	3	4	4	3	4	4	68
48 Sunarsi	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	4	2	3	3	2	3	3	2	55
49 Sutatik	3	4	4	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	4	4	4	4	4	4	64
50 Ribut	3	4	4	3	2	2	3	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	2	3	3	58

CURRICULUM VITAE

Nama : Achmad Mukhlisun
Tempat / Tanggal Lahir : Semarang, 23 November 1989
Alamat : Jln. Baskoro Raya, Tembalang, Semarang
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Status : Belum Kawin.
Nama Ayah : H. Saifudin
Nama Ibu : Hj. Suwarni
Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
Pekerjaan Ibu : Ibu rumah tangga
No.Hp : +6285640020322
Email : panzerbiru@yahoo.co.id

Pendidikan

- 1995 – 2001 : SD Tembalang 02 Semarang
- 2001 – 2004 : MTS Al-Uswah Gunungpati Semarang
- 2004 – 2007 : MA Taqwal-Illah Semarang
- 2007 – sekarang : Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Yogyakarta, 30 Januari 2013
Penyusun

Achmad Mukhlisun
NIM. 07210024