PENGARUH TAKTIK DAKWAH BU CITA TERHADAP MORAL SISWA CITA PUBLIC SPEAKING CLASS

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)



Disusun Oleh:

Afiyah Romadhoni

NIM. B71214012

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

2018

PERNYATAAN

PERTANGGUNG JAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama

: Afiyah Romadhoni

NIM

: B71214012

Program Studi: Komunikasi Penyiaran Islam

Alamat

: Jalan Kalidami no 71 RT.001 RW.010 Kel. Mojo Kec. Gubeng

Surabaya

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

- Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi mana pun untuk mendapatkan gelar akademik apapun
- Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain.
- Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi, saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 15 Januari 2018 Yang Menyatakan,



Afiyah Romadhoni B71214012

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi

Pengaruh Taktik Dakwah Bu Cita Terhadap Moral Siswa Cita Public Speaking Class

Oleh:

Afiyah Romadhoni

B71214012

Telah Disetujui untuk Diajukan pada Sidang Skripsi.

Surabaya, 15 Januari 2018

NIP. 195912261991031001

Control of the Contro

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Afiyah Romadhoni telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi.

Surabaya, 31 Januari 2018

Mengesahkan

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dekan,

Dr. Hi. Br. Suhartini, M.Si

Dr. H. Supanto AS, M.E.I

Dala dii T

Drs. Masduqi Affandi, M.Pd.I NIP. 195701211990031001

Pengriji III

Penguji III

<u>Drs. H. Sulhawi Rubba, M.Fil.I</u> NIP. 195501161985031003

Penguji IV

M. Anis Bachtiar, M.Fil.I

NIP. 19691219200911002



KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA **PERPUSTAKAAN**Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300

E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

ebagai sivitas akad	mika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:
Nama	Afiyah Romadhoni
NIM :	871214012
akultas/Jurusan	Dalawah dan Komunikasi / Komunikasi dan Penyiaran Islam
E-mail address	124924180296. aaa 2gmail. com
JIN Sunan Ampel: ☑ Sekripsi ☐ rang berjudul: Pengaruh Ta	in ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan Burabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah: Tesis Desertasi Lain-lain () Atik Dahwah Bu Cita Terhadap Moral Siswa Cita
nenampilkan/mem kademis tanpa per penulis/pencipta da Saya bersedia untu Sunan Ampel Surah dalam karya ilmiah s	am bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan publikasikannya di Internet atau media lain secara fulltext untuk kepentingan du meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai natau penerbit yang bersangkutan. Ka menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN aya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta aya ini.
	Surabaya,
	Surabaya, Penulis

ABSTRAK

Afiyah Romadhoni, NIM B71214012, 2017. Pengaruh taktik dakwah bu Cita terhadap moral siswa Cita public speaking class.

Kata Kunci :Taktik Dakwah, Operasional Taktik, Moral Siswa Cita Public Speaking Class.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya suatu hubungan antara taktik dakwah dengan moral seseorang. Adapun alasan peneliti adalah (1) kian merosotnya masalah moral di Indonesia, (2) bu Cita merupakan seorang public speaker yang memiliki kekhasan yang kuat, selain itu (3) bu Cita merupakan dosen public speaking di UINSA, dan yang terpenting adalah karena (4) bu Cita mendirikan lembaga public speaking (Cita Public Speaking Class) dengan tujuan mencetak muslim dan muslimah ahli bidang public speaking. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif.Rumusan masalah yang diangkat ada dua, yaitu adakah pengaruh taktik dakwah bu Cita terhadap siswa Cita public speaking.class dan seberapa besarpengaruh taktik dakwah bu Cita terhadap siswa Cita public speaking class. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket kuisioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisa data korelasi product moment. Subjek dalam penelitian ini adalah siswa Cita public speaking class yang berjumlah 29 orang dengan menggunakan teknik sampling probability sampling yakni simple random sampling dari jumlah populasi sebanyak 40 orang.

Hasil peneliti yang dilakukan pada siswa menunjukkan bahwa ada pengaruh antara taktik dakwah bu Cita terhadap moral siswa Cita public speaking class. Hal ini dapat dilihat dari r hitung = 0,641dan p signifikasi 0,000, t tabel 0,367maka rhitung> rtabel dan p<0,05 artinya semakin tinggi pengaruh taktik dakwah bu Cita maka akan dibarengi dengan semakin tinggi pula moral siswa Cita public speaking class.Berdasarkan r hitung yang berjumlah 0,641 maka hubungan antara taktik dakwah terhadap moral siswa Cita public speaking class termasuk hubungan positif yang mantap.Bagi peneliti selanjutnya agar diharapkan lebih teliti dan mendalam terkait menemukan masalah moral di dalam masyarakat. Kemudian dihubungkan dengan bagaimana cara untuk mengatasinya.

DAFTAR ISI

CO	\ \ /	L 1	ı,
	·v	г.	Г.

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	X
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG B. RUMUSAN MASALAH. C. TUJUAN PENELITIAN. D. MANFAAT PENELITIAN. E. HIPOTESIS. F. RUANG LINGKUP DAN KETERBATASAN. G. DEFINISI OPERASIONAL. a) Taktik Dakwah. b) Moral Siswa. H. SISTEMATIKA PEMBAHASAN	12 12 13 13 14 14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
I. TAKTIK DAKWAH. II. OPERASIONAL TAKTIK. a. Manajemen. b. Perencanaan Dakwah. c. Strategi. d. Metode. e. Taktik. III. SISWA.	25 28 32 34 38
IV. HASIL PENELITIAN YANG RELEVAN	46

BAB III METODELOGI PENELITIAN

A. PENELITIAN DAN JENIS PENELITIAN	51
B. LOKASI PENELITIAN	
C. POPULASI DAN TEKNIK SAMPLING	
1. Populasi	
2. Sampling dan Teknik Sampling	
D. VARIABEL DAN INDIKATOR	
E. INSTRUMEN PENELITIAN	
F. PROSEDUR PENGUMPULAN DATA	
G. TEKNIK VALIDASI DAN REALIBILITAS	
1. Validasi	
1.1. Skala Taktik Dakwah Bu Cita	
1.2.Skala Moral Siswa Cita public speaking class	04
H. TEKNIK ANALISIS DATA	
a) Analisis Uji Hipotesis	
b) Pemberian Skor (Skoring)	
c) 1 sincerium siter (sitering)	••, 1
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A DROCH CUDIEK DENEL <mark>TTI</mark> AN	72
A. PROFIL SUBJEK PENELITIANa. Sejarah Singkat Objek Penelitian	
a. Sejarah Singkat Objek Penelitianb. Lokasi Cita Public Speaking Class	
B. PENYAJIAN DATA	
1. Data Responden Berdasarkan Gender	
2. Data Responden Berdasarkan Usia.	
3. Data Responden Berdasarkan Status	
4. Data Responden Berdasarkan Lulusan	
5. Data Responden Berdasarkan Asal	
6. Data Responden Berdasarkan Alamat	86
C. ANALISIS DATA DAN PENGUJIAN HASIL HIPOTESIS	
a. Uji Linearitas	91
D. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	
a. Pengaruh taktik dakwah bu Cita terhadap moral siswa Cita P	
1 &	Class
h. Deser as search teletile delevel has Gite teskeden mand sieuw. Gite D	1.1:
b. Besar pengaruh taktik dakwah bu Cita terhadap moral siswa Cita P	
Speaking Class BAB V PENUTUP	99
DAD VILNOTOI	
A. KESIMPULAN	
B. KONSEKUENSI TEORITIS	.100
C. SARAN	.101
DAETAD DIICTAVA	102
DAFTAR PUSTAKA	.102
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu Yang Relevan	46
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas pada skala taktik dakwah bu Cita	
Tabel 3.2 Uji validitas aitem taktik dakwah bu Cita	
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas pada skala moral siswa Cita public speaking cla	
Tabel 3.4 Uji validitas aitem moral siswa Cita public speaking class	
Tabel 4.1 Pelaksanaan Penelitian	
Tabel 4.2 Jadwal Masuk Cita Public Speaking Class	78
Tabel 4.3Jumlah Responden Statistik Gender	78
Tabel 4.4 statistik Gender	
Tabel 4.5 Diagram Batang Statistik Gender	79
Tabel 4.6Jumlah Responden Statistik Usia	79
Tabel 4.7 statistik Usia	
Tabel 4.8 Diagram Batang Statistik Usia	78
Tabel 4.9Jumlah Responden Statistik Status	81
Tabel 4.10 statistik Status	
Tabel 4.11 Diagram Batang Statistik Status	82
Tabel 4.12 Jumlah Responden Statistik Lulusan	
Tabel 4.13 statistik Lulusan	83
Tabel 4.14 Diagram Batang Statistik Lulusan	83
Tabel 4.15Jumlah Responden Statistik Asal	84
Tabel 4.16 statistik Asal	
Tabel 4.17 Diagram Batang Statistik Asal	85
Tabel 4.18Jumlah Responden Statistik Alamat	86
Tabel 4.19 statistik Alamat	87
Tabel 4.20 Diagram Batang Statistik Alamat	87
Tabel 4.21Favorabel Variabel X	88
Tabel 4.22Unfavorabel Variabel X	
Tabel 4.23Favorabel Variabel Y	89
Tabel 4.24Unfavorabel Variabel Y	90
Tabel 4.25 Hasil Uji Linearitas	91
Tabel 4.26 Hasil General Analisis Korelasi Variabel V dan Variabel V	02

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Skoring Data Skala Uji Coba Pendahuluan Taktik Dakwah bu Cita.	105
Tabulasi Data Mentah Skala Uji Coba Pendahuluan Taktik Dakwah	bu Cita108
Skoring Data Skala Uji Coba Pendahuluan Moral Siswa Cita Publik	x Speaking
Class	111
Tabulasi Data Mentah Skala Uji Coba PendahuluanMoral Siswa Ci	ta Publik
Speaking Class	114
Uji Validitas Dan Reliabilitas Skala Uji Coba Pendahuluan Taktik	Dakwah bu
Cita	117
Uji Validitas Dan Reliabilitas Skala Uji Coba Pendahuluan Moral	Siswa Cita Publik
Speaking Class	119
Skala Terpakai Taktik Dakwah bu Cita	121
Tabulasi Data Mentah Terpakai Taktik Dakwah bu Cita	124
Skala Terpakai Moral Siswa Cita Publik Speaking Class	127
Tabulasi Data Mentah Terpakai Terpakai Moral Siswa Cita Publik	Speaking
Clas	130
Uji Validitas dan Reliabilitas Ska <mark>la</mark> T <mark>er</mark> pakai <mark>Taktik</mark> Dakwah bu Cit	ta133
Uji Validitas dan Reliabilitas S <mark>kal</mark> a T <mark>erp</mark> akai <mark>M</mark> oral Siswa Cita Pub	lik Speaking
Class	
Survey Uji Realibilitas	
Survey/ Skala Likers Terpakai	142
Tabel nilai-nilai r table <i>produc<mark>t moment</mark></i> dengan tar <mark>af</mark> signifikan 0,5	(5%)145
Nilai Koefisien	146
Berita Acara Ujian Skripsi	
Kartu Bimbingan Skripsi	149
Data Pribadi	150

BABI

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Masalah moral adalah masalah yang menjadi perhatian orang dimana saja, baik dalam masyarakat yang telah maju, maupun dalam masyarakat yang masih terbelakang.² Hal ini karena jika di suatu masyarakat ada satu orang yang moralnya rusak maka dapat menganggu orang-orang yang ada di sekitarnya. Akan ada perselisihan, pergunjingan, dan merusak kenyamanan masyarakat. Apalagi jika rata-rata dari masyarakat tersebut memiliki kemerosotan moral sehingga dapat mengubah keadaan masyarakat tersebut dan dinilai buruk oleh masyarakat yang lain.

Jika kita tinjau keadaan masyarakat Indonesia terutama di kota-kota besar sekarang ini akan kita dapati bahwa moral sebagian anggota masyarakat telah rusak atau mulai merosot.³ Kita dapat melihatnya saat ini sulit menemukan manusia yang lebih mengedepankan kepentingan umum daripada kepentingan pribadi yang hanya dapat menguntungkan diri sendiri. Seperti mulai hilangnya budaya tertib antre. Salah satu contoh tersebut dapat kita simpulkan bahwa semakin hari masyarakat mengalami kemunduran dalam penanaman moral.

Banyak orang tua yang sekarang ini mulai mengeluhkan perilaku, sikap dan karakter anak-anaknya. Baik mulai dari turunnya rasa malu kepada orang yang lebih tua, misalkan tidak sopan, bahkan sampai berani melawan. Oleh

1

² Kokom St. Komariah, "Model Pendidikan Nilai Moral bagi Para Remaja Menurut Prespektif Islam". Jurnal Pendidikan Islam-Ta'lim. Vol. 9 No. 1, 2011, hal 45

³ Ibid

karena itu, parahnya, orang-orang yang dihinggapi kemerosotan moral itu, tidak saja orang yang telah dewasa, akan tetapi telah menjalar sampai kepada tunastunas muda yang diharapkan untuk melanjutkan perjuangan membela nama baik bangsa dan Negara.⁴

Kenyataan tentang akutnya problem moral inilah yang kemudian menempatkan pentingnya penyelengaraan pendidikan karakter. ⁵ Adanya pendidikan karakter dapat menguntungkan manusia, yakni melahirkan manusia yang cerdas dan pintar serta menjadikan manusia yang baik. Masalah moral ini dapat peneliti tarik ke dalam ruang lingkup dakwah. Karena dalam penelitian ini hanya membatasi moral yang dimaksud adalah moral seorang dai terhadap mad'u.

Kegiatan dakwah terdiri atas komponen-komponen pembentuk komunikasi dakwah yang memungkinkan terjadinya proses komunikasi dakwah, yaitu; komunikator (*Da'i*), pesan (isi dakwah), media, dan komunikan (*mad'u*), dengan efek sebagai tolok ukur berhasil tidaknya komunikasi dakwah tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa seorang dai harus memiliki strategi untuk mewujudkan keberhasilan dakwahnya. Maksudnya adalah keberhasilan bagaimana agar mad'u memiliki pemikiran yang sama dengan maksud dai dan dapat mengaplikasikannya ke dalam keseharian para mad'u.

Seorang *public speaker* atau penggiat dakwah, selain agar mencapai tujuan dakwahnya, juga akan menjadi sorotan dan panutan bagi mad'unya

-

⁴ ibid

⁵ Ajat Sudrajat, "Mengapa Pendidikan Karakter?". Jurnal Pendidikan Karakter, Tahun I, Nomor 1, Oktober 2011, hal 48

⁶ Wahyu Ilaihi, Komunikasi Dakwah, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), hal 76

(obyek dakwah). Karena yang dibawa oleh penggiat dakwah adalah ajakan kebaikan yang bertujuan agar mad'u dapat mengetahui, memahami dan melakukan sesuai pesan dakwah yang disampaikan. Oleh karena itu, penggiat dakwah harus mempunyai aturan dalam sebuah perilaku yang disebut moral.⁷ Aturan yang dimaksudkan adalah aturan-aturan yang telah disepakati bersama dan bersifat universal. Seperti menghormati dan bersikap sopan santun, tidak membuat kerusuhan dan lain sebagainya.

Moral yang bermuatan aturan universal tersebut bertujuan untuk pengembangan ke arah kepribadian positif (intrapersonal) dan manusia yang harmonis (interpersonal). Dakwah adalah kegiatan yang positif. Kegiatan yang bertujuan untuk kebaikan. Oleh karena itu, sebelum menyeru pada halhal kebaikan, penggiat dakwah perlu menjadi pribadi yang positif. Sehingga mad'u pun dapat mengikuti.

Hal pertama untuk menarik hati mad'u adalah dengan memiliki pribadi yang baik. Seorang penggiat dakwah yang memiliki ajaran wejangan-wejangan, patokan-patokan, kumpulan peraturan, baik lisan maupun tertulis tentang bagaimana manusia harus hidup dan bertindak agar bisa menjadi manusia yang baik⁹, akan dipercaya banyak orang terutama mad'u. Ini merupakan langkah yang dapat diambil oleh para penggiat dakwah untuk mencapai tujuan dakwah.

_

⁷ Ali Maksum, Sosiologi Pendidikan, (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014), hal 127

⁸ Ibid.

⁹ Ibid. hal 126

Langkah awal tersebut dapat membangun moral dalam diri penggiat dakwah atau dai. Moral yang sering disamakan dengan akhlak dan etika. Akhlak berasal dari kata khuluq yang artinya perangai atau tabiat. Dalam kamus besar bahasa Indonesia, kata akhlak diartikan sebagai budi pekerti atau kelakuan. Maka, dapat didefinisikan bahwa akhlak adalah daya kekuatan jiwa yang mendorong perbuatan dengan mudah, spontan dan tanpa dipikirkan dan direnungkan lagi. Dengan demikian, akhlak pada dasarnya adalah sikap yang melekat dalam diri seseorang secara spontan diwujudkan dalam tingkah laku dan perbuatan. 10 Sehingga jika perbuatan spontan seseorang tersebut adalah baik maka disebut akhlaknya baik dan begitu pula sebaliknya.

Dai yang telah terbentuk moralnya, akan melahirkan sebuah karakter. Karena moral menurut Nucci dan Narvaes, merupakan faktor determinan atau penentu pembentukan karakter seseorang. 11 Seseorang yang menjaga moralnya akan mempunyai karakter yang baik. Dan orang yang berkarakter baik akan mudah diikuti oleh banyak orang, disenangi bahkan ditunggu kehadirannya.

Oleh karena itu, dai perlu melakukan pendekatan-pendekatan ketika hendak berdakwah. Pendekatan dakwah adalah titik tolak atau sudut pandang kita terhadap proses dakwah. 12 Pendekatan yang sering digunakan para dai ada empat; pendekatan dakwah structural, pendekatan dakwah cultural,

¹⁰ Ibid, hal 127

¹² Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Group, Edisi Revisi, 2004), hal 347

pendekatan dakwah terpusat pada pendakwah dan pendekatan dakwah terpusat pada mad'u. 13

Setelah mengetahui dan menentukan pendekatan yang akan digunakan, selanjutnya adalah memilih strategi dakwah untuk mencapai tujuan dakwah. Strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Setiap strategi membutuhkan perencanaan yang matang. Dalam dakwah kelembagaan, perencanaan yang strategis paling tidak berisi analisis SWOT yaitu; *Strength* (keunggulan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang) dan *Threat* (ancaman). Maka, strategi dakwah membutuhkan penyesuaian yang tepat, yakni dengan memperkecil kelemahan dan ancaman serta memperbesar keunggulan dan peluang.

Selanjutnya adalah menentukan metode agar dapat merealisasikan strategi yang telah ditetapkan. Ada tiga karakter yang melekat dalam metode dakwah, yaitu:

- 1) Metode dakwah merupakan cara-cara sistematis yang menjelaskan arah strategi dakwah yang telah ditetapkan. Ia bagian dari strategi dakwah.
- 2) Karena menjadi bagian dari strategi dakwah yang masih berupa konseptual, metode dakwah bersifat lebih konkret dan praktis. Ia harus dapat dilaksanakan dengan mudah.

¹³ Ibid, hal 348

¹⁴ Ibid, hal 349

¹⁵ Ibid. hal 356

3) Arah metode dakwah tidak hanya meningkatkan efektivitas dakwah, melainkan pula bisa menghilangkan hambatan-hambatan dakwah. Setiap strategi memiliki keunggulan dan kelemahan. Metodenya berupaya menggerakkan keunggulan tersebut dan memperkecil kelemahannya. ¹⁶

Pada garis besarnya, bentuk dakwah ada tiga, yaitu Dakwah Lisan (da'wah bi al-lisan), Dakwah Tulis (da'wah bi al-qalam), dan Dakwah Tindakan (da'wah bi al-hal). Maka, masing-masing metode akan memiliki tekniknya sendiri. Karena teknik merupakan cara yang dilakukan seseorang dalam rangka mengimplementasikan suatu metode.¹⁷

Selanjutnya adalah aksi atau tindakan nyata seorang dai untuk menerapkan sesuai pendekatan, metode dan strategi yang telah dipilih dan ditetapkan. Dalam aksi ini, masing-masing dai memiliki ciri khas dalam menyampaikan dakwahnya. Ciri khas atau gaya seseorang dalam melaksanakan suatu teknik inilah disebut dengan taktik. Taktik dakwah adalah gaya yang lahir dari seorang dai ketika menyampaikan pesan dakwahnya kepada mad'u. Taktik dakwah yang dimiliki tiap-tiap dai akan berbeda karena setiap individu mempunyai caranya sendiri dalam menyampaikan sesuatu. Maka, belum tentu jika seorang dai A memakai taktik dai B tujuan dakwahnya akan berhasil, begitu pula sebaliknya. Jika

_

¹⁶ Ibid, hal 358

¹⁷ Ibid

¹⁸ Ibid. hal 384

dipaksakan, justru pesan dakwah tidak dapat tersampaikan kepada mad'u. Dengan demikian tujuan dakwahnya tidak berhasil tercapai.

Salah satu taktik dakwah seorang dai adalah gaya dai yang memberikan stimulus kepada audiens. Dai menyampaikan stimulus dengan kekuatan perasaan dan keyakinannya, dai melahirkan kata hatinya dengan penuh semangat yang menyala-nyala. Gaya dakwah ini juga disebut *directe pathetiek*. ¹⁹ Gaya ini banyak digunakan oleh para penggiat dakwah. Menurut peneliti, salah satunya adalah dakwah ustadz Arifin Ilham di berbagai majelis dzikirnya. Banyak jamaah mad'u beliau yang kerap hanyut mengikuti arahan beliau.

Gaya directe pathetiek juga diaplikasikan oleh bu Cita dalam menyampaikan dakwah beliau, terutama di kelas Cita Public Speaking Class. Gaya ini menjadi salah satu ciri dari dakwah bu Cita. Sehingga banyak mad'u dan juga siswa-siswanya yang dapat menangkap dengan mudah isi pesan dakwah yang disampaikan olehnya.

Berikutnya adalah lawan dari *directe pathetiek*, yakni *indirect pathetiek*. Gaya dakwah ini tidak mengemukakan perasaan dan keyakinan, melainkan dai menggunakan kata-kata yang tegas dan kuat untuk menggambarkan apa yang dimaksud bersandar pada imajinasi pendengar.²⁰ Gaya ini bermaksud untuk menunjukkan penekanan-penekanan secara tegas

-

¹⁹ Ibid, hal 446

²⁰ Ibid, 447

yang menjadi inti dari pesan dakwah sehingga mad'u dapat lebih mudah memahaminya. Kekuatan kata-kata adalah ciri dari gaya ini. Menurut peneliti, contoh salah satu dai yang menerapkan adalah almarhum ustadz Zainuddin MZ. Dalam penerapannya, almarhum ustadz Zainuddin berhasil menarik minat banyak mad'u hingga beliau mendapatkan julukan ustadz dengan sejuta umat. Hal ini karena banyaknya jamaah beliau.

Bu Cita juga menerapkan gaya ini. Gaya *indirect pathetiek* ini juga menjadi salah satu ciri khas dakwah bu Cita. Pilihan kata yang dijadikan penekanan dari pesan dakwah yang dimaksud akan menjadi peluru senjata beliau agar tercapai tujuan dakwah sesuai yang bu Cita telah tetapkan.

Gaya dakwah selanjutnya adalah gaya dakwah secara simbolis. Gaya dakwah simbolis adalah gaya dakwah yang member gambaran tentang apa yang dimaksudkan dalam pesan ceramah dengan bahasa lambang.²¹ Bahasa lambang adalah bahasa yang berbicara dengan gambaran. Lambang yang digunakan pun harus merupakan gambaran yang telah dikenal dan dimengerti masyarakat. Gaya ini akan dapat memudahkan dai untuk berinteraksi dengan mad'u. Karena massa bersifat dogmatic dan suka mendengar bahasa yang penuh lambang, karena mudah dimengerti (lebih-lebih bagi rakyat jelata).

Ada juga gaya dakwah yang memaksa pendengar, yakni gaya dakwah sensasi. Gaya ini merupakan sesuatu yang dapat memaksa pendengar untuk

²¹ Ibid. hal 448

menaruh perhatiannya kepada sang pembicara (dai). Memaksa pendengar untuk mendengarkan tersebut dilakukan dengan memukakan:

- 1) Apa saja yang serba hebat, serba besar, serba lain dari biasa
- 2) Apa saja yang serba baru yang belum pernah dialami
- 3) Apa saja yang tidak terduga atau tersangka
- 4) Apa saja yang melebihi harapan dan sebagainya di dalam cara menyampaikan undangan, menyusun acara, dalam mencari kata-kata dan contoh-contoh dalam pidatonya, dalam tingkah lakunya yang serba berharga dan menimbulkan respek. Sensasi tentu saja harus digunakan dalam batas-batas etika retorika.²²

Salah satu dai yang menurut peneliti menerapkan gaya ini adalah ustadz Maulana dengan jargonnya yang terkenal yaitu 'Jamaah Oh Jamaah Alhamdulillah'. Dai yang menggunakan gaya ini biasanya lebih dikenal banyak orang. Karena melahirkan inovasi-inovasi yang mudah diingat banyak orang. Bu Cita juga menerapkan gaya dakwah sensasi. Salah satu kalimat sensasi beliau yang terkenal adalah 'Laa Yamutu Wa La Yahya Tidak Bermutu dan Banyak Biaya'.

Salah satu gaya dakwah yang lebih mudah diikuti oleh mad'u adalah gaya dakwah dengan wibawa atau *prestise*, yakni suatu kekuatan dalam diri seseorang yang menyebabkan orang lain segera membuka jiwanya untuk menerima dan memercayai ucapannya. Prestise biasanya dimiliki seseorang

_

²² Ibid

setelah ia menunjukkan jasa-jasa yang luar biasa yang menimbulkan rasa hormat orang kepadanya.²³ Hal ini menunjukkan secara tidak langsung ada syarat yang tersirat dalam penggunaan gaya dakwah prestise ini, yaitu 'rasa hormat'. Dengan demikian, gaya dakwah ini kebanyakan melekat pada pribadi dai-dai yang sudah senior berarti bukan dai pemula. Karena para dai senior telah banyak berkontribusi kepada masyarakat sehingga di hati jamaah mad'u tertanam rasa 'berjasa' yang melekat pada diri dai.

Dewasa ini, kegiatan dakwah telah mencuri perhatian dunia, khususnya di Indonesia. Semakin banyak minat masyarakat terhadap berbagai kegiatan yang berhubungan dengan bidang dakwah. Ini terlihat dari mulai banyaknya bermunculan generasi-generasi baru penggiat dakwah. Apalagi adanya dukungan media yang saat ini semakin berkembang maju. Jadi, siapapun bisa menjadi dai dengan mudah asal dia mempunyai pengetahuan agama islam.

Hal ini mempunyai sisi positif dan negatif. Sisi positifnya adalah seseorang dapat dengan mudah menjadi dai. Ajaran-ajaran islam dapat diperoleh dan dinikmati dengan mudah oleh mad'u tanpa harus datang mengikuti majelis ilmu maupun majelis dzikir. Namun sisi negatifnya adalah semakin banyak aliran-aliran radikal yang mulai menampakkan keberadaannya. Seperti ISIS. Selain itu juga, banyak orang maupun sekelompok orang yang dengan mudah mengatasnamakan dakwah islam yang

²³ Ibid. hal 449

sebenarnya itu hanyalah tipu muslihat mereka untuk mendapatkan keuntungan yang bersifat pribadi.

Masalah yang tak kalah penting adalah masalah moral. Keadaan di suatu masyarakat dapat dinyatakan aman jika moral masyarakat tersebut tidak memiliki masalah kemerosotan. Inilah yang menjadi alasan peneliti untuk mengangkat judul penelitian 'Pengaruh Taktik Dakwah Bu Cita terhadap Moral Siswa Cita Public Speaking'. Selain itu, adanya dai atau penggiat dakwah dapat meminimalisasikan masalah kemerosotan moral khususnya di kalangan remaja. Oleh karena itu, sebelum melakukan aksinya dalam dakwah, dai dan para penggiat dakwah perlu tahu bagaimana agar dapat menarik mad'u untuk bisa mengikuti apa yang dai sampaikan. Caranya adalah dengan menerapkan berbagai taktik atau gaya dalam berdakwah yang akan dijelaskan dalam penelitian ini.

Hal yang menarik bagi peneliti memilih subyek bu Cita adalah karena bu Cita merupakan salah satu dai atau penggiat dakwah yang mempunyai ciri khas yang kuat. Beliau juga merupakan salah satu dosen Public Speaking di salah satu kampus terbesar di Surabaya, yaitu UIN Sunan Ampel Surabaya. Selain itu, beliau juga mempunyai lembaga yang mencetak kader-kader dai yaitu Cita Public Speaking Class. Di dalam kelas ini, para siswa diajarkan dan dilatih berbagai kegiatan public speaking, salah satunya menjadi dai. Dalam pembelajarannya, bu Cita juga menerapkan beberapa taktik atau gaya dakwah agar para siswa dapat memahami apa yang beliau sampaikan. Dan juga agar gaya dakwah yang bu Cita tunjukkan dapat menular melekat dalam diri para

siswa dan lahir menjadi dai yang berkarakter kuat. Disinilah keunikan dari penelitian ini.

B. RUMUSAN MASALAH

- Adakah pengaruh taktik dakwah bu Cita terhadap moral siswa Cita Public Speaking Class?
- 2. Seberapa besar pengaruh dakwah bu Cita terhadap moral siswa Cita Public Speaking Class?

C. TUJUAN PENELITIAN

- Untuk mengetahui adanya pengaruh dari taktik yang digunakan oleh bu Cita terhadap moral siswa Cita Public Speaking Class
- 2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh taktik dakwah bu Cita terhadap moral siswa Cita Public Speaking.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritik

- a) Dengan adanya penelitian ini telah memberikan gambaran tentang bagaimana taktik dakwah yang digunakan bu Cita mampu menyampaikan pesan dakwah kepada siswa Cita Public Speaking sehingga siswa dapat menerapkannya dalam moral pribadi masingmasing
- b) Untuk menambah referensi terhadap kajian Strategi Dakwah yang efektif

2. Manfaat Praktis

- a) Menambah pemahaman masyarakat umum mengenai pengetahuan taktik dalam berdakwah sehingga dapat dijadikan referensi dan meningkatkan ragam gaya dalam berdakwah
- b) Memberikan pemahaman akan pengaruh dari taktik yang digunakan oleh bu Cita terhadap siswa Cita Public Speaking Class

E. HIPOTESIS

Hipotesis dibentuk dari dua kata, *hypo* yang berarti kurang dan *thesis* yang berarti pendapat. Jika digabungkan menjadi *hypothesis* yakni sebuah kesimpulan yang masih kurang dan belum sempurna. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap hasil penelitian.²⁴ Oleh karena itu, peneliti merumuskan jawaban sementara:

- a. Ha: Ada pengaruh dari taktik yang digunakan oleh bu Cita terhadap moral siswa Cita Public Speaking Class.
- b. Ho: Tidak adanya pengaruh dari taktik yang digunakan oleh bu Cita terhadap moral siswa Cita Public Speaking Class.

F. RUANG LINGKUP DAN KETERBATASAN

Ruang lingkup dalam penelitian ini berlokasi di studio Cita Entertainment, untuk populasi dalam penelitian ini mencakup semua siswa yang tercatat di Cita Entertainment. Sedangkan keterbatasan variabelnya yakni terbatas pada siswa Cita Public Speaking Class saja. Hal ini dikarenakan di dalam kelas tersebut bu Cita mencetak kader-kader penggiat

-

²⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Group, Edisi Kedua, 2013), hal 85

dakwah menjadi dai yang berkarakter kuat. Sehingga peneliti mengambil dari siswa Cita Public Speaking saja.

G. DEFINISI OPERASIONAL

a) Taktik Dakwah

Taktik adalah gaya seseorang dalam melaksanakan suatu teknik atau metode tertentu.²⁵ Taktik pembelajaran merupakan gaya seseorang dalam melaksanakan metode atau teknik pembelajaran tertentu yang sifatnya individual.²⁶ Taktik merupakan kegiatan yang dilandasi akal budi manusia atau kejiwaan manusia. Taktik juga dapat disebut siasat. 27

Secara general, Al Qur'an sering mengutarakan beberapa taktik yang dikhotomis (pembagian atas dua kelompok yang saling bertentangan). Taktik menggembirakan (tabsyir) berbanding dengan taktik yang menakut-nakuti (tandzir). Memerintahkan kebaikan kearifan local (al-amr bi al-ma'ruf) berbanding dengan mencegah keburukan kearifan local (alnahy 'an al-munkar). Taktik kebebasan manusia (Qadariyah) berbanding dengan keterikatan manusia (Jabariyah)- meminjam istilah teologis. Taktik tegas (qaul sadid) berbanding dengan taktik lunak (qaul layyin).²⁸

28 Ibid

²⁵ Moh Ali Aziz, Op.Cit., hal 384

²⁶ Akhmad Sudrajat, "Pengertian Pendekatan, Strategi, Metode, Teknik, Taktik, dan Model Pembelajaran", diakses

http://103.23.244.11/Direktori/FIP/JUR. PEND. LUAR SEKOLAH/197012101998022-

IIP SARIPAH/Pengertian Pendekatanx.pdf, pada tanggal 27 Desember 2017 pukul 21.00

²⁷ Arif Rahman, Skripsi: *"Tingkat Pengetahuan Taktik dan Strategi Peserta Ekstrakurikuler Sepakbola* di SMPN dan MTS se-Kecamatan Petanahan, Kabupaten Kebumen dalam Bermain Sepakbola" (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2014), hal 22.

Sedangkan dakwah berasal dari bahasa Arab "da'wah", yang mempunyai tiga huruf asal yaitu dal, 'ain, dan wawu. Tiga huruf tersebut terbentuk menjadi beberapa makna. Makna-makna tersebut adalah memanggil, mengundang, minta tolong, meminta, memohon, menamakan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendoakan, menangisi, dan meratapi.²⁹

Toha Yahya Omar mengatakan dakwah islam adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat.³⁰

Pada penelitian ini, taktik yang dimaksud adalah taktik dakwah. Hal ini berarti taktik dakwah adalah taktik atau siasat yang digunakan penggiat dakwah dalam melakukan kegiatan dakwah. Setiap public speaker atau dai memiliki taktik yang berbeda dalam menggunakan teknik yang sama karena taktik sifatnya individual. Taktik setiap orang memunculkan keunikan dan kekhasan masing-masing individu sesuai kemampuan, pengalaman, dan kepribadian tiap individu.

Taktik dakwah merupakan gaya seorang pendakwah dalam melaksanakan metode atau teknik dakwah tertentu yang sifatnya individual.³¹ Hal ini dapat diibaratkan ada dua orang dai yang akan

²⁹ Moh Ali Aziz, Op.Cit., hal 6

³⁰ Ibid, hal 13

³¹ A Sunarto AS, "Kyai dan Prostitusi: Pendekatan Dakwah KH Muhammad Khoiron Suaeb di Lokalisasi Kota Surabaya". Jurnal Komunikasi Islam. Vol. 3, No. 2, Desember 2013, hal 14

berdakwah dengan tema yang sama, yakni haji. Namun dalam praktiknya akan menemukan perbedaan. Misal, dua dai tersebut adalah A dan B. Dai A merupakan karakter yang serius dan langsung pada poinnya, maka dia pun dalam penyampaiannya akan membuat suasana majlis dakwah menjadi serius. Ini berbeda dengan dai B yang mempunyai karakter ceria dan humoris. Sehingga dalam menyampaikan pesan dakwah, diselingi banyak humor.

Strategi dakwah adalah metode siasat, taktik atau manuver yang dipergunakan dalam aktivitas dakwah. Dari pernyataan tersebut menunjukkan bahwa taktik dakwah merupakan bagian dari strategi dakwah. Dengan demikian berarti taktik dakwah adalah cara dalam bentuk gaya atau siasat seorang dai yang digunakan untuk mencapai tujuan-tujuan dakwah yang telah ditetapkan.

Strategi ialah: The art of planning a war. Teknik ialah: a way of doing some spesialist activity or work. Sedangkan taktik sebagai: a mean of getting a desire result.³³ Penyataan tersebut menjelaskan bahwa strategi, teknik dan taktik memiliki hubungan yang erat. Pernyataan tersebut menyatakan bahwa strategi merupakan sebuah seni perencanaan. Maksudnya adalah rencana-rencana yang dibangun untuk mencapai suatu

_

³² Muh Hamsah Kamaruddin, Skripsi: "Pengaruh Lembaga Dakwah Kampus dalam Meningkatkan Kecerdasan Intelektual Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar" (Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2015), hal 15.

³³ Rubia Tri Wahyuningsih, Skripsi: "Strategi Dakwah KH Imam Chambali dan KH Abdurrahman Navis Pada Media Siaran di Radio" (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2016), hal 12

tujuan. Sedangkan teknik merupakan cara untuk melakukan kegiatan khusus. Kegiatan khusus yang dimaksud adalah kegiatan yang dapat menunjang terwujudnya strategi yang ditetapkan. Dan taktik adalah arti dari hasil yang diinginkan. Dengan demikian, taktik dakwah merupakan goal penentu keberhasilan dari tujuan dakwah yang diinginkan dai.

Maka taktik dakwah ialah keunikan atau kekhasan penggiat dakwah atau dai yang digunakan agar tujuan dakwah tersampaikan kepada madu. Taktik dakwah juga merupakan senjata bagi dai untuk mewujudkan dakwah yang efektif.

b) Moral Siswa

Moral berasal dari kata bahasa latin mores yang berarti adat kebiasaan. Kata *mores* ini mempunyai sinonim; *mos*, *moris*, *manner*, *mores* atau *manners*, *morals*. Moral adalah adat istiadat atau kesepakatan yang dibuat oleh suatu masyarakat jika masyarakat menganggap suatu itu baik, maka baik pulalah perbuatan itu.³⁴

Moral memiliki tiga arti. Pertama, adalah (ajaran tentang) baik buruk yang diterima umum mengenai perbuatan, sikap, kewajiban, dan sebagainya; akhlaq; budi pekerti; susila. Kedua, moral berarti kondisi mental yang membuat orang tetap berani, bersemangat, bergairah, berdisiplin dan sebagainya; isi ati atau keadaan perasaan sebagaimana

-

35 http://kbbi.web.id/moral

³⁴ Ali Maksum, Op.Cit., hal 129

terungkap dalam perbuatan. Ketiga, moral adalah ajaran kesusilaan yang dapat ditarik dari suatu cerita.

Bertens menyatakan bahwa moralitas pada dasarnya sama dengan moral, yaitu berpegang pada keseluruhan asas, nilai dan norma yang baik atau tidak baik. Jadi, moralitas berarti system nilai dan kebiasaan tentang bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia yang telah diinstitusionalisasikan dalam sebuah adat kebiasaan yang kemudian berwujud dalam pola perilaku yang ajek dan terulang dalam kurun waktu yang lama sebagaimana layaknya sebuah kebiasaan. Hal ini tentu membentuk sebuah karakter unik dalam diri manusia tersebut dan apabila berada di tengah masyarakat akan menjadi ciri khasnya.

Moral memiliki arti yang sangat luas. Namun dalam penelitian ini, peneliti hanya memfokuskan pada moral yang harus dimiliki oleh seorang *public speaker*, salah satunya dai.

Moralitas yang sesungguhnya adalah sebagai berikut:³⁷

- Kelakuan yang sesuai dengan ukuran-ukuran masyarakat yang timbul dari hati sendiri dan bukan paksaan dari luar
- 2) Rasa tanggung jawab atas tindakan itu
- Mendahulukan kepentingan umum daripada keinginan atau kepentingan pribadi

_

³⁶ Syaiful Sagala, *Etika dan Moralitas Pendidika; Peluang dan Tantangannya*, (Jakarta: Kencana Pranedamedia Group, 2013), hal 13

³⁷ Kokom St. Komariah, Op.Cit., hal 46

Moral berasal dari bahasa latin *mores* yang berarti tata cara, kebiasaan, perilakudan adat istiadat dalam kehidupan. Rogers (1977) mengartikan moral sebagai pedoman salah satu benar bagi perilaku seseorang yang ditentukan oleh masyarakat. Symptom mengartikan moral sebagai pola perilaku, prinsip-prinsip, konsep dan aturan-aturan yang digunakan individu atau kelompok yang berkaitan dengan baik dan buruk. Kohlberg menyatakan bahwa moral pada dasarnya dipandang sebagai penyelesaian antara kepentingan diri dan kelompok, antara hak dan kewajiban. Artinya moral diidentifikasi dengan penyelesaian antara kepentingan lingkungan yang merupakan hasil timbang menimbang antara komponen tersebut.

Moral menurut Piaget adalah kebiasaan seseorang untuk berperilaku lebih baik atau buruk dalam memikirkan masalah-masalah social terutama dalam tindakan moral. Coles, perilaku moral diungkap dalam tingkat orang harus berperilaku dan bersikap kepada orang lain. perilaku tersebut bersamaan dengan peralihan eksternal ke internal yang disertai perasaan tanggung jawab pribadi atas setiap tindakan seperti adanya pertimbangan kesejahteraan kelompok di atas keinginan atau keuntungan pribadi.

Proses pembentukan perilaku moral menurut Kurtines dan Gerwits melibatkan empat tahapan penting, yaitu: (1) Menginterpretasikan situasi dalam rangka memahami dan menemukan tindakan apa yang mungkin untuk dilakukan dan bagaimana efeknya terhadap keseluruhan masalah yang ada, (2) Menggambarkan apa yang harus dilakukan dengan

menerapkan suatu nilai moral pada situasi tertentu dengan tujuan untuk menetapkan suatu perilaku moral, (3) Memilih diantara nilai-nilai moral untuk memutuskan apa yang secara actual akan dilakukan, dan (4) Melakukan tindakan yang sesuai dengan nilai-nilai moral.³⁸

Siswa artinya anak didik, murid.³⁹ Maksudnya adalah anak yang dididik dan diajarkan, serta dipelihara mengenai akhlak dan kecerdasan pikiran. Siswa adalah ukuran atas keberhasilan seorang pendidik atau guru. Maka, moral siswa adalah moral yang dimiliki oleh anak didik atau murid.

Sehingga dalam penelitian ini, peneliti ingin membuktikan apakah ada pengaruh dari dakwah yang dilakukan oleh bu Cita terhadap moral yang ditanamkan kepada siswanya melalui kelas Cita Public Speaking. Selain itu, juga dapat mengetahui efektifitas yang ditimbulkan dari dakwah bu Cita terhadap moral siswa Cita Public Speaking dengan taktik yang digunakan. Karena pada dasarnya mad'u akan mencontoh dai.

H. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Untuk memudahkan penyusunan skripsi ini, maka perlu dibuatlah sistematika penulisan yang optimal dan baik sehingga isi dari penelitian tidak melenceng dari pembahasan yang telah disusun dengan baik dan maksimal

2

³⁸ Nur Azizah, "Perilaku Moral dan Religiusitas Siswa Berlatar Belakang Pendidikan Umum dan Agama". Jurnal Psikologi. Vol. 33 No. 2, hal 3

³⁹ Tim Prima Pena, "Kamus Lenakap Bahasa Indonesia", hal 600

yang sudah tercantum di dalam rumusan masalah. Pada penelitian ini dibagi menjadi lima bab yang terdiri dari beberapa sub-bab, yaitu sebagai berikut:

- a. BAB I Pada bab ini terdiri dari pendahuluan, menguraikan latar belakang masalah dari judul Pengaruh Taktik Dakwah Bu Cita Terhadap Moral Siswa Cita Public Speaking Class, perumusan masalah, tujuan penelitian manfaat penelitian, hipotesis, ruag lingkup dan keterbatasan, definisi operasional dan sistematika pembahasan.
- b. BAB II Bab ini membahas tentang kajian kepustakaan/kajian teoritis yang menerangkan teori kepustakaan yang sesuai dengan judul penelitian yang diangkat, atau menerangkan variabel yang diteliti. Kajian yang terdiri atas beberapa poin penting dalam setiap sub-babnya. Juga penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian, yang menjelaskan apa saja persamaan dan perbedaannya sebagai rujukan untuk penelitian ini.
- c. BAB III Bab ini terdiri atas penelitian dan jenis penelitian yang digunakan, obyek penelitian, teknik sampling, variabel dan indikator penelitian, metode penelitian yang digunakan, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.
- d. BAB IV Pada bab ini berisi tentang penyajian dan analisis data. Bab ini menjelaskan tentang setiap setting dalam melaksanakan penelitian yang memiliki di dalamnya pembahasan tentang obyek penelitian, penyajian

data, analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian ini.

e. BABV Bab ini adalah bab penutup. Di dalamnya berisi tentang pemaparan kesimpulan dan saran-saran, serta pada bagian terakhir memuat tentang Daftar Pustaka dan Lampiran.



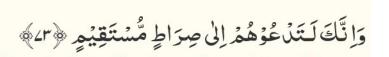
BAB II

KAJIAN PUSTAKA

I. TAKTIK DAKWAH

Taktik dakwah berasal dari dua kata, yaitu taktik dan dakwah. Taktik merupakan kegiatan yang dilandasi akal budi manusia atau kejiwaan manusia. Taktik juga dapat disebut siasat. Sedangkan dakwah berasal dari bahasa Arab "da'wah", yang mempunyai tiga huruf asal yaitu dal, 'ain, dan wawu. Tiga huruf tersebut terbentuk menjadi beberapa makna. Makna-makna tersebut adalah memanggil, mengundang, minta tolong, meminta, memohon, menamakan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendoakan, menangisi, dan meratapi. An menyebabkan, mendatangkan, mendoakan, menangisi, dan meratapi.

Adapun perintah dakwah dalam alquran telah ada di dalam surat Al Imron ayat 104, An Nahl ayat 125, juga disebutkan di surat Al mu'minun ayat 73



Artinya: "Dan sungguh engkau pasti telah menyeru kepada jalan yang lurus"

Al Ahzab surat 45

⁴⁰ Arif Rahman, Skripsi: "Tingkat Pengetahuan Taktik dan Strategi Peserta Ekstrakurikuler Sepakbola di SMPN dan MTS se-Kecamatan Petanahan, Kabupaten Kebumen dalam Bermain Sepakbola" (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2014), hal 22.

⁴¹ Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Group, Edisi Revisi, 2004), hal 6

يَّا يُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا آرُسَلُنْكَ شَاهِدًا وَّمُبَشِّرًا وَّمُبَشِّرًا وَّمُبَشِّرًا وَّمُبَشِّرًا

Artinya: "Hai Nabi, Sesungguhnya Kami mengutusmu untuk jadi saksi, dan pembawa kabar gembira dan pemberi peringatan"

Dakwah ialah upaya yang dilakukan kepada orang lain untuk mengajaknya kepada jalan kebaikan (Jalan Tuhan) dan meninggalkan jalan kejahatan (jalan syetan).⁴² Dakwah adalah usaha peningkatan pemahaman keagamaan untuk mengubah pandangan hidup, sikap batin dan perilaku umat sesuai dengan ketentuan syariat untuk memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat.⁴³

Namun dalam aksi pelaksanaan, dakwah memerlukan strategi agar mencapai tujuannya. Strategi dakwah adalah metode siasat, taktik atau manuver yang dipergunakan dalam aktivitas dakwah. Strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Strategi dakwah dirancang dengan sebaik-baiknya agar kegiatan dakwah dapat berjalan sesuai yang diinginkan. Strategi dakwah ditetapkan supaya dakwah terarah dan tidak jauh dari pesan yang disampaikan. Maka, adanya strategi dalam

⁴³ M Anis Bachtiar, "Dakwah Kolaboratif Model Alternatif Komunikasi Islam Kontemporer". Jurnal Komunikasi Islam. Vol. 03 No. 01, Juni 2013, hal 153

⁴² Yusuf, MY, "Dai dan Perubahan Sosial Masyarakat". Jurnal Al-Ijtimaiyyah. Vol. 1 No. 1, Januari-Juni 2015, hal 56

⁴⁴ Muh Hamsah Kamaruddin, Skripsi: "Pengaruh Lembaga Dakwah Kampus dalam Meningkatkan Kecerdasan Intelektual Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar" (Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2015), hal 15.

⁴⁵ Ali Aziz, Op.Cit., hal 349

berdakwah sangat penting dan perlu untuk diperhatikan oleh penggiat dakwah.

Setelah menetapkan strategi dakwah, selanjutnya adalah metode dan teknik dakwah. untuk merealisasikan strategi yang telah ditetapkan, dai atau penggiat dakwah memerlukan metode. Strategi menunjuk pada perencanaa, sedangkan metode adalah cara yang dapat digunakan untuk melaksanakan strategi.⁴⁶

Setiap metode memerlukan teknik pelaksanaannya. Teknik adalah cara yang dilakukan seseorang dalam rangka mengimplementasikan suatu metode. Teknik berisi langkah-langkah yang diterapkan dalam membuat metode lebih berfungsi.47

Setelah mengetahui metode dan teknik yang akan digunakan, kemudian perlu untuk memerhatikan taktik. Taktik yang digunakan dalam kegiatan dakwah memiliki perbedaan di masing-masing individu dai atau penggiat dakwah. Hal ini dikarenakan taktik dakwah adalah gaya seseorang dalam melaksanakan suatu teknik atau metode tertentu. 48 Taktik pembelajaran merupakan gaya seseorang dalam melaksanakan metode atau teknik pembelajaran tertentu yang sifatnya individual.⁴⁹ Manusia memiliki pribadi yang berbeda-beda. Secara general, Al Qur'an sering mengutarakan beberapa taktik yang dikhotomis (pembagian atas dua kelompok yang saling bertentangan). Taktik menggembirakan (tabsyir)

⁴⁶ Ibid, hal 357

⁴⁷ Ibid

⁴⁸ Moh Ali Aziz, Op.Cit., hal 384

⁴⁹ Akhmad Sudrajat, "Pengertian Pendekatan, Strategi, Metode, Teknik, Taktik, dan Model Pembelajaran", diakses

http://103.23.244.11/Direktori/FIP/JUR. PEND. LUAR SEKOLAH/197012101998022-IIP SARIPAH/Pengertian Pendekatanx.pdf, pada tanggal 27 Desember 2017 pukul 21.00

berbanding dengan taktik yang menakut-nakuti (tandzir). Memerintahkan kebaikan kearifan local (al-amr bi al-ma'ruf) berbanding dengan mencegah keburukan kearifan local (al-nahy 'an al-munkar). Taktik kebebasan manusia (Qadariyah) berbanding dengan keterikatan manusia (Jabariyah)- meminjam istilah teologis. Taktik tegas (qaul sadid) berbanding dengan taktik lunak (qaul layyin).⁵⁰

Taktik dakwah dapat menjadi identitas individu. Setiap individu cenderung pada taktik tertentu, meski taktik yang lain bisa dilakukannya.⁵¹ Taktik dakwah yang lahir dari seorang dai biasanya berdasarkan karakter yang dimiliki. Apabila karakter dai tersebut ceria, kemungkinan besar taktik dakwah yang digunakan cenderung santai dan menyenangkan. Namun ada bisa juga jika ia menggunakan taktik dakwah yang lain.

II. OPERASIONAL TAKTIK

a. Manajemen

Menurut G.R. Terry dalam bukunya *Principle of Management*, manajemen adalah proses yang khas terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan yang dilakukan untuk menentukan dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan menggunakan tenaga dan sumber daya lainnya. ⁵² Robert Kreitner, seorang pakar manajemen dari Arizona State University, dalam bukunya *Management*, memaknai manajemen dengan mengatakan menajemen adalah proses kerja dengan dan melalui orang lain untuk mencapai tujuan organisasi dalam lingkungan yang berubah. Proses ini

-

⁵⁰ Ibid

⁵¹ Moh Ali Aziz, Op.Cit., hal 385

⁵² M Munir, Wahyu Ilaihi, "*Manajemen Dakwah*", (Jakarta: Prenada Media, 2006), hal viii

berpusat pada penggunaan secara efektif dan efisien terhadap sumber daya yang terbatas.⁵³ Definisi yang diberikan Kreitner ini memperlihatkan penekanan pada proses kerja dalam mempergunakan orang-orang untuk mencapai tujuan yang dikehendaki. Di samping itu, ditegaskan bahwa prose situ diberlangsungkan dan lingkungan yang terus berubah serta dengan mempergunakan sumber daya yang terbatas. Bahkan sumber daya tersebut lama kelamaan bisa menjadi langka.54

Secara etimologis, kata manajemen berasal dari bahasa Inggris, management, yang berarti ketatalaksanaan, tata pimpinan, dan, pengelolaan. Artinya, manajemen adalah sebagai suatu proses yang diterapkan oleh individu atau kelompok dalam upaya-upaya koordinasi untuk mencapai suatu tujuan.⁵⁵

Dalam bahasa Arab, istilah manajeman diartikan sebagai an-nizam atau at-tanzim, yang merupakan suatu tempat untuk menyimpan segala sesuatu dan penempatan segala sesuatu pada tempatnya.⁵⁶ Dalam pengertian lain, manajemen yaitu kekuatan yang menggerakkan suatu usaha yang bertanggung jawab atas sukses dan kegagalannya suatu kegiatan atau usaha untuk mencapai tujuan tertentu melalui kerja sama dengan orang lain.⁵⁷

⁵³ Ibid

⁵⁴ Ibid, hal ix

⁵⁵ Ibid, hal 9

⁵⁶ Ibid

⁵⁷ Ibid, hal 10

Secara keseluruhan, definisi manajemen dapat dijabarkan sebagai berikut:⁵⁸

- Ketatalaksanaan proses penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai sasaran tertentu
- Kemampuan atau keterampilan untuk memperoleh suatu hasil dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan orang lain
- Seluruh perbuatan menggerakkan sekelompok orang dan menggerakkan fasilitas dalam suatu usaha kerja sama untuk mencapai tujuan tertentu

Sedangkan dalam bahasa sederhananya, pengertian manajemen dapat diartikan sebagai kemampuan bekerja dengan orang lain dalam suatu kelompok yang terorganisir guna mencapai sasaran yang ditentukan dalam organisasi ataupun lembaga. Secara elaboratif pengertian manajemen juga diorientasikan pada penekanan aspekaspek lingkungan yang terkandung. Dalam hal ini peningkatan, efisiensi, dan efektivitas sangat memengaruhi dalam pencapaian tujuan.

Kesimpulan dari rumusan pengertian di atas adalah bahwa manajemen merupakan serangkaian kegiatan merencanakan, mengorganisasikan, mengerakkan, mengendalikan, dan mengembangkan segala upaya dalam mengatur dan mendayagunakan

⁵⁸ Ibid

³⁹ ibio

⁶⁰ Ibid, hal 11

sumber daya manusia, sarana, dan prasarana untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien.⁶¹ Di samping itu, pengertian manajemen juga sangat ditekankan pada aspek pengaturan aktivitas fungsi dari sumber daya manusia.⁶²

b. Perencanaan Dakwah

Manajerial (*al-idariyah*) dalam dakwah merupakan sebuah aktivitas kelompok dakwah yang berusaha mewujudkan tujuan melalui:⁶³

- 1) Pengumpulan sumber daya dakwah dan segala bentuk fasilitas
- Orientasi serta pemanfaatan sumber daya secara optimal
 Definisi aktivitas manajerial (amaliah idariyah) adalah meliputi:⁶⁴
- 1) Takhthith (perencanaan strategis)
- 2) *Tanzhim* (pengorganisasian, penyusunan)
- 3) *Tawjih* (pengarahan dan orientasi)
- 4) Riqabah (pengawasan)

Rencana adalah suatu arah atau tindakan yang sudah ditentukan terlebih dahulu. Dari perencanaan ini akan mengungkapkan tujuantujuan keorganisasian dan kegiatan-kegiatan yang diperlukan guna mencapai tujuan.⁶⁵

Perencanaan (*takhthith*) merupakan *starting point* dari aktivitas manajerial. Karena sebagaimanapun sempurnanya suatu aktivitas

⁶¹ ibid

⁶² Ibid

⁶³ Ibid, hal 93

⁶⁴ ibid

⁶⁵ Ibid, hal 94

manajemen tetap membutuhkan sebuah perencanaan. Karena perencanaan merupakan langkah awal bagi sebuah kegiatan dalam bentuk memikirkan hal-hal yang terkait agar memperoleh hasil yang optimal. Alasannya, bahwa tanpa adanya rencana, maka tidak ada dasar untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan tertentu dalam rangka usaha mencapai tujuan. Jadi, perencanaan memiliki peran yang sangat signifikan, karena ia merupakan dasar dan titik tolak dari kegiatan pelaksanaan selnjutnya. Oleh karena itu, agar proses dakwah dapat memperoleh hasil yang maksimal, maka perencanaan itu merupakan sebuah keharusan. Segala sesuatu itu membutuhkan rencana, sebagaimana hadist Nabi Muhammad SAW:

"Jika engkau ingin mengerjakan suatu pekerjaan, maka pikirkanlah akibatnya, maka jika perbuatan itu baik, ambillah dan jika perbuatan itu jelek maka tinggalkanlah" (HR. Ibn Mubarak)⁶⁷

Dean R. Spizer menyebutkan bahwa siapa yang gagal membuat rencana, sesungguhnya ia sedang merencanakan sebuah kegagalan. 68 Menurut Henry Fayol, seorang pakar manajemen Amerika, perencanaan adalah semacam prediksi terhadap apa yang akan terjadi pada masa datang disertai persiapan untuk menghadapi masa yang akan datang. Sementara itu, James S. F. Store mendefinisikan perencanaan sebagai sebuah proses untuk menyusun rencana dalam meraih perencanaan tujuan tersebut. Sedangkan menurut Mary Robins

⁶⁶ Ibid hal 94-95

⁶⁷ Ibid, hal 95

⁶⁸ ibic

perencanaan adalah suatu proses yang melibatkan penentuan sasaran (sasaran disini merupakan penjabaran/implementasi dari pernyataan misi) dan tujuan (sesuatu yang akan dicapai) organisasi, menyusun strategi menyeluruh untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan dan mengembangkan hierarki rencana secara komprehensif untuk mengintegrasikan dan mengoordinasikan kegiatan.⁶⁹

Perencanaan dalam bahasa Arab dikenal dengan istilah *takhthith*.

Perencanaan dalam dakwah islam bukan merupakan sesuatu yang baru, akan tetapi aktivitas dakwah di era modern membutuhkan sebuah perencanaan yang baik dan menjadi agenda yang harus dilakukan sebelum melangkah pada jenjang dakwah selanjutnya.⁷⁰

Sebuah perencanaan dapat dikatakan baik, jika memenuhi persyaratan berikut:⁷¹

- Didasarkan pada sebuah keyakinan bahwa apa yang dilakukan adalah baik. Standar baik dalam islam adalah yang sesuai dengan ajaran Al Quran dan As Sunnah
- 2) Dipastikan betul bahwa sesuatu yang dilakukan memiliki manfaat. Manfaat ini bukan sekedar untuk orang yang melakukan perencanaan, tetapi juga untuk orang lain, maka perlu memerhatikan asas maslahat untuk umat, terlebih dalam aktivitas dakwah

⁶⁹ Ibid, hal 95-96

⁷⁰ ibid

⁷¹ Ibid, hal 99

- 3) Didasarkan pada ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan apa yang dilakukan. untuk merencanakan sebuah kegiatan dakwah, maka seorang dai harus banyak mendengar, membaca dan memiliki ilmu pengetahuan yang luas sehingga dapat melakukan aktivitas dakwah berdasarkan kompetensi ilmunya
- 4) Dilakukan studi banding (benchmark). Benchmark adalah melakukan studi terhadap praktik terbaik dari lembaga atau kegiatan dakwah yang sukses menjalankan aktivitasnya.
- Dipikirkan dan dianalisis prosesnya, dan kelanjutan dari aktivitas yang akan dilaksanakan.

Untuk itu, sebelum melakukan sebuah perencanaan dakwah, ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan:⁷²

- 1) Hasil (output) yang ingin dicapai
- 2) Dai atau para juru dakwah yang akan menjalankannya
- 3) Waktu dan skala prioritas
- 4) Dana (capital)

Berikut ini adalah unsur-unsur kerangka perencanaan dakwah dalam bentuk langkah dan aktivitas, yaitu:⁷³

- 1) Dakwah harus memiliki visi, misi, dan tujuan utama ke depan
- Mengkaji realitas dan lingkungan yang meliputi segala aspek yang terkandung di dalamnya

⁷² Ibid

⁷³ Ibid, hal 100

- Menetapkan tujuan yang mungkin dapat direalisasikan, yakni dengan mengikuti metode dakwah yang ada
- Mengusulkan berbagai bentuk wasilah atau sarana dakwah serta menetapkan alternatif pengganti
- 5) Memilih sarana dan metode dakwah yang cocok
- 6) Dakwah harus bisa menjawab sasaran dalam hal ini; apa tujuan dakwah? Di mana dakwah itu akan dilaksanakan? Kapan? Dan apa materi yang akan disampaikan?

Menurut Rosyad Soleh, aktivitas dakwah akan meliputi langkahlangkah sebagai berikut:⁷⁴

- 1) Perkiraan dan perhitungan masa depan
- 2) Penentuan dan perumusan sasaran dalam rangka menentukan tujuan dakwah yang telah ditetapkan sebelumnya
- Menetapkan tindakan-tindakan dakwah serta mempriotaskan pada pelaksanaannya
- 4) Menetapkan tindakan-tindakan dakwah serta penjadwalan waktu, lokasi, penetapan biaya, fasilitas, serta faktor lainnya.

c. Strategi

Strategi dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang didesain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu. Strategi yang didukung dengan metode yang bagus dan pelaksanaan program yang akurat, akan menjadikan aktifitas dakwah menjadi matang dan berorientasi jelas di mana cita-cita dan tujuan telah direncanakan.

⁷⁴ Ibid. hal 101

⁷⁵ Moh Ali Aziz, Op.Cit., hal 349

Karena tujuan dan cita-cita yang jelas dan realistis pasti akan mendorong dakwah mengikuti arah yang telah direncanakan.⁷⁶

Ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam strategi dakwah, yaitu:⁷⁷

- Strategi merupakan rencana tindakan (rangkaian kegiatan dakwah) termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan berbagai sumber daya atau kekuatan. Dengan demikian, strategi merupakan proses penyusunan rencana kerja, belum sampai pada tindakan
- 2) Strategi disusun untuk mencapai tujuan tertentu. Artinya, arah dari semua keputusan penyusunan strategi adalah pencapaian tujuan. Oleh sebab itu, sebelum menentukan strategi, perlu dirumuskan tujuan yang jelas serta dapat diukur keberhasilannya.

Al Bayanuni mendefinisikan strategi dakwah (*manhaj al-dakwah*) sebagai ketentuan-ketentuan dakwah dan rencana-rencana yang dirumuskan untuk kegiatan dakwah. Selain itu, ia juga membagi strategi dakwah dalam tiga bentuk, yaitu:⁷⁸

1) Strategi sentimental (*al-manhaj al-'athifi*), yaitu dakwah yang memfokuskan aspek hati dan menggerakkan perasaan dan batin mitra dakwah. member mitra dakwah nasihat yang mengesankan, memanggil dengan kelembuatan, atau memberikan pelayanan yang memuaskan merupakan beberapa metode yang dikembangkan dari strategi ini.

⁷⁶ M Munir, Wahyu Ilaihi. Op.Cit., hal xiii

⁷⁷ Moh Ali Aziz, Op.Cit., hal 349-350

⁷⁸ Ibid. hal 351-353

- 2) Strategi rasional (al-manhaj al-'aqli), yaitu dakwah dengan beberapa metode yang memfokuskan pada aspek akal pikiran. Strategi ini mendorong mitra dakwah untuk berpikir, merenungkan dan mengambil pelajaran.
- 3) Strategi indriawi (*al-manhaj al-hissi*) juga dapat dinamakan strategi eksperimen atau strategi ilmiah. Ia didefinisikan sebagai system dakwah atau kumpulan metode dakwah yang berorientasi pada pancaindera dan berpegang teguh pada hasil penelitian dan percobaan.

Setiap strategi membutuhkan perencanaan yang matang. Dalam dakwah kelembagaan, perencanaan yang strategis paling tidak berisi analisis SWOT yaitu; *Strength* (keunggulan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang) dan *Threat* (ancaman). Maka, strategi dakwah membutuhkan penyesuaian yang tepat, yakni dengan memperkecil kelemahan dan ancaman serta memperbesar keunggulan dan peluang.⁷⁹

d. Metode

Setiap metode memerlukan teknik pelaksanaannya. Teknik adalah cara yang dilakukan seseorang dalam rangka mengimplementasikan suatu metode. Teknik berisi langkah-langkah yang diterapkan dalam membuat metode lebih berfungsi. 80

Ada tiga karakter yang melekat dalam metode dakwah:⁸¹

80 Ibid , hal 358

⁷⁹ Ibid, hal 356

⁸¹ Ibic

 Metode dakwah merupakan cara-cara yang sistematis yang menjelaskan arah strategi dakwah yang telah ditetapkan. Ia bagian dari strategi dakwah

 Karena menjadi bagian dari strategi dakwah yang masih berupa konseptual, metode dakwah bersifat lebih konkret dan praktis. Ia harus dapat dilaksanakan dengan mudah.

3) Arah metode dakwah tidak hanya meningkatkan efektifitas dakwah, melainkan pula bisa menghilangkan hambatan-hambatan dakwah. setiap strategi memiliki keunggulan dan kelemahan. Metodenya berupaya menggerakkan keunggulan tersebut dan memperkecil kelemahannya.

Pada garis besarnya, bentuk dakwah ada tiga, yaitu: Dakwah Lisan (dakwah bi al-lisan), Dakwah Tulis (dakwah bil qalam), dan Dakwah Tindakan (dakwah bi al hal). Berdasarkan ketiga bentuk dakwah tersebut, maka metode dan teknik dakwah dapat diklasifikasikan sebagai berikut: 83

1) Metode Ceramah

Metode ceramah atau muhadlarah atau pidato ini telah dipakai oleh semua Rasul Allah dalam menyampaikan ajaran Allah.⁸⁴ Adapun teknik-teknik yang dilakukan dari metode ini adalah:

Teknik persiapan ceramah

Teknik penyampaian ceramah

⁸² Ibid, hal 359

⁸³ Ibid, hal 359-383

⁸⁴ Ibid, hal 359

Teknik penutupan ceramah

2) Metode Diskusi

Metode ini dimaksudkan untuk mendorong mitra dakwah berpikir dan mengeluarkan pendapatnya serta ikut menyumbangkan dalam suatu masalah agama yang terkandung banyak kemungkinan-kemungkinan jawaban. 85

3) Metode Konseling

Konseling adalah pertalian timbale balik diantara dua orang individu diman seorang (konselor) berusaha membantu yang lain (klien) untuk mencapai pengertian tentang dirinya sendiri dalam hubungannya dengan masalah-masalah yang dihadapinya pada saat ini dan waktu yang akan datang. ⁸⁶ Adapun teknik untuk metode ini, diantaranya adalah:

Teknik Non-Direktif

Teknik Direktif

Teknik Elektif

4) Metode Karya Tulis

Metode karya tulis adalah metode yang digunakan lewat tulisantulisan. Berikut adalah teknik yang digunakan untuk metode karya tulis:

Teknik Penulisan

Teknik Penulisan surat (Korespondensi)

Teknik Pembuatan Gambar

⁸⁵ Ibid, hal 367

⁸⁶ Ibid, hal 372

5) Metode Pemberdayaan Masyarakat

Dakwah dengan upaya untuk membangun daya, dengan cara mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkannya dengan dilandasi dengan proses kemandirian disebut metode pemberdayaan masyarakat.⁸⁷ Ada beberapa teknik dalam metode ini, adalah:

Teknik Non-Partisipasi

Teknik Tekonisme

Teknik Partisipasi/Kekuasaan Masyarakat

6) Metode Kelembagaan

Metode kelembagaan yaitu pembentukan dan pelestarian norma dalam wadah organisasi sebagai instrument dakwah. 88 beberapa teknik metode kelembagaan diambil dari unsure manajemen yang paling dominan dari unsure-unsur lainnya, yaitu ada 6M:

Manajemen SDM Pengurus lembaga dakwah (Man)

Manajemen keuangan lembaga dakwah (money)

Manajemen strategis lembaga dakwah (method)

Manajemen sarana prasarana lembaga dakwah (machine)

Manajemen produk lembaga dakwah (material)

Manajemen pemasaran lembaga dakwah (market)

e. Taktik

⁸⁷ Ibid, hal 378

⁸⁸ Ibid, hal 381

Taktik adalah gaya seseorang dalam melaksanakan suatu teknik atau metode tertentu.⁸⁹ Taktik pembelajaran merupakan gaya seseorang dalam melaksanakan metode atau teknik pembelajaran tertentu yang sifatnya individual.⁹⁰ Taktik merupakan kegiatan yang dilandasi akal budi manusia atau kejiwaan manusia. Taktik juga dapat disebut siasat.⁹¹

Taktik ditentukan secara fleksibel. Taktik dinilai efektif jika faktorfaktor internal maupun eksternal mendukungnya. Faktor internal
adalah pada diri pendakwah, sedangkan faktor eksternal adalah situasi
di luar pendakwah. 92 Taktik dakwah dapat menjadi identitas individu.
Setiap orang cenderung pada taktik tertentu, meski taktik yang lain
bisa dilakukannya.ada taktik yang dominan dalam diri kita, sehingga
ini yang sering muncul dari kita, baik disadari maupun tidak disadari. 93

Taktik dalam penelitian ini membahas taktik yang digunakan oleh bu Cita dalam setiap mengisi kelas di Cita public speaking class. Taktik dakwah bu Cita yang paling menonjol adalah, sebagai berikut:

1) Gaya bu Cita memberikan stimulus kepada audiens

-

⁸⁹ Moh Ali Aziz, Op.Cit., hal 384

⁹⁰ Akhmad Sudrajat, "Pengertian Pendekatan, Strategi, Metode, Teknik, Taktik, dan Model Pembelajaran". diakses

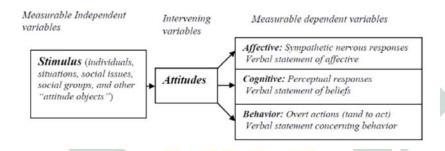
http://103.23.244.11/Direktori/FIP/JUR._PEND._LUAR_SEKOLAH/197012101998022-IIP SARIPAH/Pengertian Pendekatanx.pdf, pada tanggal 27 Desember 2017 pukul 21.00

⁹¹ Arif Rahman, Skripsi: "Tingkat Pengetahuan Taktik dan Strategi Peserta Ekstrakurikuler Sepakbola di SMPN dan MTS se-Kecamatan Petanahan, Kabupaten Kebumen dalam Bermain Sepakbola" (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2014), hal 22.

⁹² Moh Ali Aziz, Op.Cit., hal 384-385

⁹³ Ibid

Salah satu taktik dakwah seorang dai adalah gaya dai yang memberikan stimulus kepada audiens. Dai menyampaikan stimulus dengan kekuatan perasaan dan keyakinannya, dai melahirkan kata hatinya dengan penuh semangat yang menyala-nyala. Gaya dakwah ini juga disebut *directe pathetiek*. Stimulus adalah input yang memasuki kelima indra manusia. Berikut ini dikemukakan skema konsep sikap menurut Rosenberg dan Hovland (1960) dalam bukunya berjudul "Attitude Organization and Change": 96



Sikap yang mengkristal dengan stimulus merupakan respon manusia yang menempatkan sinyal, fenomena atau informasi yang dipikirkan ke dalam suatu dimensi pertimbangan bertindak. Sinyal yang dikeluarkan benda, orang, tumbuhan, hewan, kebesaran Tuhan dan lain-lain, dapat menjadi stimulus apabila informasi yang terkandung pada sinyal dapat ditangkap, dipahami dan bisa dinilai

⁹⁴ Moh Ali Aziz, Op.Cit., hal 446

⁹⁵ Hartono Subagio, "Pengaruh Atribut Supermarket Terhadap Motif Belanja Hedonik Motif Belanja Utilitarian Dan Loyalitas Konsumen". Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 6, No. 1, April 2011, hal 9

⁹⁶ Ervizal Amzu, Kurnia Sofyan, Lilik Budi Prasetyo Dan Hariadi Kartodihardjo, "Sikap Masyarakat dan Konservasi: Suatu Analisis Kedawung (parkia timoriana (DC) Merr.) Sebagai Stimulus Tumbuhan Obat Bagi Masyarakat, Kasus di Taman Nasional Meru Betiri". Jurnal Media Konservasi Vol. XII, No. April 2007: 22 – 32, hal 23

oleh manusia sesuai kapasitas komponen cognition, affection dan overt action.⁹⁷

2) Leksikon dan Sintagsis

Berikutnya adalah lawan dari *directe pathetiek*, yakni *indirect pathetiek*. Gaya dakwah ini tidak mengemukakan perasaan dan keyakinan, melainkan dai menggunakan kata-kata yang tegas dan kuat untuk menggambarkan apa yang dimaksud bersandar pada imajinasi pendengar. ⁹⁸

Leksikon berasal dari bahasa Yunani Kuno, yaitu *lexicon* yang berarti 'kata', 'ucapan', atau 'cara bicara'. Istilah leksikon lazim digunakan untuk mewadahi konsep "kumpulan leksem" dari suatu bahasa, baik kumpulan secara keseluruhan maupun secara sebagian. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa leksikon adalah kekayaan kata yang dimiliki suatu bahasa; komponen bahasa yang memuat semua informasi tentang makna dan pemakaian kata dalam bahasa.⁹⁹

Kosa kata dalam komputer disebut leksikon (Liu, Li, dan Wang, 2011). Leksikon adalah kamus yang mendaftar kata-kata bahasa itu secara alfabet. Kamus memilah-milah ejaan kata yang benar, pembubuhan tanda baca, mendefinisikan setiap kata dan pengucapannya. Faktor yang penting menyangkut leksikon ialah

⁹⁷ Ibid

⁹⁸ Ibid. 447

⁹⁹ Nurul Shapira, "Klasifikasi Bentuk Lingual Leksikon Makanan Dan Peralatan Dalam Upacara Adat Wuku Taun Di Kampung Adat Cikondang, Kabupaten Bandung", diakses dari ejournal.upi.edu/index.php/bs_antologi_ind/article/download/518/395, pada tanggal 1 Februari 2018 pukul 08.30.

penyimpanannya karena umumnya leksikon memiliki ukuran yang sangat besar. Oleh karena itu leksikon hanya menyimpan bentuk dasar dari kata-kata yang ada, sedangkan untuk bentuk-bentuk turunannya (misalnya: "walks" dari kata dasar "walk", "mengerjakan" dari kata dasar "kerja" yang diberi imbuhan me-an dan mengalami peluluhan pada huruf k) dapat diperoleh dengan menerapkan analisa morphology/morfem (proses perubahan bentuk kata).

Leksikon adalah koleksi leksem pada suatu bahasa. Kajian terhadap leksikon mencakup apa yang dimaksud dengan kata, strukturisasi kosakata, penggunaan dan penyimpanan kata, pembelajaran kata, sejarah dan evolusi kata (etimologi), hubungan antarkata, serta proses pembentukan kata pada suatu bahasa. Dalam penggunaan sehari-hari, leksikon dianggap sebagai sinonim kamus atau kosakata. Sibarani (1997:4) sedikit membedakan leksikon dari perbendaharaan kata, yaitu "Leksikon mencakup komponen yang mengandung segala informasi tentang kata dalam suatu bahasa seperti perilaku semantis, sintaksis, morfologis, dan fonologisnya, sedangkan perbendaharaan kata lebih ditekankan pada kekayaan kata yang dimiliki seseorang atau sesuatu bahasa.". 101

.

Hernawan Sulistyanto, Azhari SN, "Implementasi Sistem Reservasi Hotel Dalam Cloud Computing". Jurnal Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi 2014 (SENTIKA 2014) ISSN: 2089-9813, Yogyakarta, 15 Maret 2014, hal 446

¹⁰¹ Ernawati Br Surbakti, "nilai budaya dalam leksikon erpangir ku lau Tradisi suku karo (kajian antropolinguistik)", diakses dari jurnal.pnl.ac.id/wp-content/plugins/Flutter/files_flutter/1409113915JurnalNilaiBudaya-PANGIRValid1.pdf pada tanggal 1 Februari 2018 pukul 08.30.

Leksikon adalah daftar kata yang mengandung makna yang sedikit disertai dengan keterangan-keterangan yang berkaitan dengan informasi linguistik. El-son dan Pickett mendefinisikan leksikon sebagai kosakata suatu bahasa atau kosakata yang dimiliki oleh seorang penutur bahasa, atau seluruh jumlah morfem atau kata-kata sebuah bahasa. Ka-ta-kata yang dimaksudkan oleh Elson dan Picket bukanlah kata-kata yang hanya mengandung makna secara terpisah, melainkan makna yang dipengaruhi oleh konteks situasi, kata-kata yang menyer-tainya, posisinya dalam pola gramatikal, serta cara penggunaannya secara sosial. Sementara itu, Martin Haspelmath menjelaskan leksikon sebagai sebuah istilah yang mengacu pada kamus mental dan aturan-aturan gramatikal tentang bahasanya yang harus dimiliki oleh penutur suatu bahasa. Selain itu, Crystal mengatakan bahwa leksikon merupakan komponen yang mengandung informasi tentang ciri-ciri kata dalam sua-tu bahasa, seperti perilaku semantis, sintaktis, dan fonologis. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (Depdiknas, 2008:805) tercantum bahwa leksikon merupakan kosakata; komponen bahasa yang memuat semua informasi tentang makna dan pemakaian kata dalam bahasa; kekayaan kata yang dimiliki suatu bahasa. 102

Sintaksis sebagai subsistem bahasa mencakup kata dan satuan-

satuan yang lebih besar serta hubungan-hubungan di antaranya.

.

¹⁰² WiyaSuktiningsih, "Leksikon Fauna Masyarakatsunda: Kajian Ekolinguistik", RETORIKA: Jurnal Ilmu Bahasa, Vol. 2, No.1 April 2016, 138-15, hal 143-144

Hubungan di antara satuan-satuan gramatikal itu membentuk suatu hirarki. Dalam buku ini dikenal hirarki berikut:

- a) Wacana
- b) Paragraf
- c) Kalimat
- d) Klausa
- e) Frase
- f) Kata
- g) Morfem. 103

Struktur atau pola yang mendasari satuan-satuan sintaksis dan bagian-bagian yang membentuk merupakan isyarat-isyarat structural yang dapat diperinci sebagai berikut:¹⁰⁴

a) Morfologi

Morfologi sebagai subsistem gramatikal yang mencakup struktur intern kata juga mengungkapkan hubungan di antara satuan-satuan sintaksis. Salah satu unsure morfologis ialah afiks; afiks dapat mengungkapkan bermacam-macam makna, seperti: jumlah, persona, jenis, kala, aspek, modus, atau diathesis (perlu dicatat bahwa dalam bahasa Indonesia konsepkonsp itu lebih banyak diungkapkan dengan kata bukan dengan afiks)

¹⁰³ Harimurti Kridalaksana dkk., "Tata Bahasa Deskriptif Bahasa Indonesia: Sintaksis", (Jakarta: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1985) ¹⁰⁴ Ibid, hal 8-9

b) Urutan

Urutan unsure-unsur dalam satuan sintaksis menentukan makna satuan tersebut. Perhatikan perbedaan antara *jam lima* dan *lima jam*; dan antara *pengusaha wanita* dan *wanita pengusaha*; serta antara *Koko menggigit Kiki* dan *Kiki menggigit Koko*.

c) Intonasi

Dalam ragam intonasi berperan penting untuk mengungkapkan makna, perhatikan perbedaan berikut:

Dia Pergi // 2 2 1 1 t //

Dia pergi? 2 2 2 3 1 t //

d) Penggunaan Partikel

Partikel sebagai satuan yang pada umumnya tidak dapat mengalami afiksasi dan tidak mempunyai makna leksikal ikut serta pula mengungkapkan makna hubungan di antara satuansatuan gramatikal. Bandingkan *lukisan Abdullah* (yang memakai urutan) dengan *lukisan* oleh *Abdullah*.

3) Gaya prestise/wibawa bu Cita

Salah satu gaya dakwah yang lebih mudah diikuti oleh mad'u adalah gaya dakwah dengan wibawa atau *prestise*, yakni suatu kekuatan dalam diri seseorang yang menyebabkan orang lain segera membuka jiwanya untuk menerima dan memercayai ucapannya. Prestise biasanya dimiliki seseorang setelah ia menunjukkan jasa-jasa yang luar biasa yang menimbulkan rasa

hormat orang kepadanya. Hal ini menunjukkan secara tidak langsung ada syarat yang tersirat dalam penggunaan gaya dakwah prestise ini, yaitu 'rasa hormat'. Dengan demikian, gaya dakwah ini kebanyakan melekat pada pribadi dai-dai yang sudah senior berarti bukan dai pemula. Karena para dai senior telah banyak berkontribusi kepada masyarakat sehingga di hati jamaah mad'u tertanam rasa 'berjasa' yang melekat pada diri dai.

4) Gaya sensasi bu Cita

Ada juga gaya dakwah yang memaksa pendengar, yakni gaya dakwah sensasi. Gaya ini merupakan sesuatu yang dapat memaksa pendengar untuk menaruh perhatiannya kepada sang pembicara (dai). Memaksa pendengar untuk mendengarkan tersebut dilakukan dengan memukakan:

- a) Apa saja yang serba hebat, serba besar, serba lain dari biasa
- b) Apa saja yang serba baru yang belum pernah dialami
- c) Apa saja yang tidak terduga atau tersangka
- d) Apa saja yang melebihi harapan dan sebagainya di dalam cara menyampaikan undangan, menyusun acara, dalam mencari kata-kata dan contoh-contoh dalam pidatonya, dalam tingkah lakunya yang serba berharga dan menimbulkan respek. Sensasi tentu saja harus digunakan dalam batas-batas etika retorika. ¹⁰⁶

¹⁰⁵ Ali Aziz, Op.Cit., hal 449

¹⁰⁶ Ibid

III. SISWA

Siswa artinya anak didik, murid.¹⁰⁷ Anak usia sekolah yang bersekolah disebut siswa, dan siswa adalah generasi emas atau momentum emas yang tidak boleh disia-siakan.¹⁰⁸ Siswa adalah generasi penerus bangsa di kehidupan selanjutnya. Generasi yang akan memegang kendali penuh dunia setelah generasi saat ini berakhir. Siswa merupakan suatu organisme yang selalu berubah dan berkembang, kadang senang kadang sedih, saat lain tersenyum simpul, tertawa lebar, disaat yang lain lagi sedang murung mudah tersinggung dan marah, sedangkan, peristiwa belajar itu sendiri adalah peristiwa psikologis.¹⁰⁹

Siswa memiliki suatu kebebasan berpikir, berpendapat, aktif dan kreatif. Siswa akan terdorong untuk belajar manakala mereka memiliki motivasi untuk belajar. 1) Kuatnya kemauan untuk berbuat, 2) Jumlah waktu yang disediakan untuk belajar, 3) Kerelaan meninggalkan kewajiban atau tugas yang lain, 4) Ketekunan dalam mengerjakan tugas.

IV. HASIL PENELTIAN YANG RELEVAN

Tabel 2.1 Tabel Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan

NO	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN

¹⁰⁷ Tim Prima Pena, Op.Cit., hal 600

108 Syaiful Sagala, Etika dan Moralitas Pendidikan, (Jakarta: Pranedamedia, 2013), hal 215

¹⁰⁹ Ikbal Barlian, "*Begitu Pentingkah Strategi Belajar Mengajar Bagi Guru?*". Jurnal Forum Sosial, Vol. VI, No. 01, Februari 2013. Hal 241-242

Nina Nurhasanah, "Penerapan Pendekatan Kontekstual untuk Meningkatkan Kualitas Pembelajaran Pendidikan Kewarganegaraan pada Siswa SD Laboratorium PGSD FIP UNJ". Jurnal Pendidikan Penabur No. 12Tahun ke-8 Juni 2009, hal 2

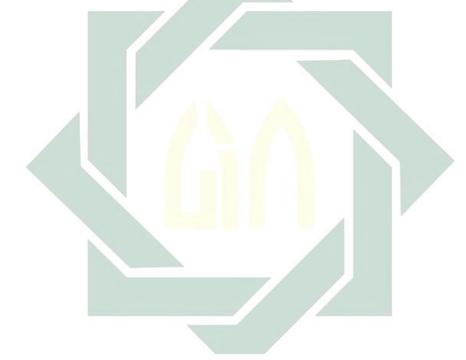
¹¹¹ Siti Suprihatin, "Upaya Guru Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa", Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro ISSN: 2442-9449 Vol.3.No.1 (2015) 73-82. Hal 73

1	Fajar Pradana Mukti,	Meneliti seni dakwah	Penulis
	mahasiswa program	yang digunakan oleh	memfokuskan pada
	studi Komunikasi	seorang dai agar	gaya dari seorang dai
	Penyiaran Islam	mendapatkan tujuan	atau <i>public speaker</i> .
	fakultas Dakwah dan	dakwah, yaitu dakwah	
	Komunikasi UIN	efektif	
	Sunan Ampel		
	Surabaya, dengan judul		
	"Strategi Dakwah		
	Persuasif Muhammad		
	Badi' Sucipto Ketua		
	Umum IQMA Per <mark>iod</mark> e	-1/1	
	2016"		
2	Rubi Tri	Meneliti seni dakwah	Penulis
	Wahyuningsih,	yang digunakan oleh	memfokuskan pada
		seorang dai agar	
		mendapatkan tujuan	atau <i>public speaker</i> .
	Penyiaran Islam	dakwah, yaitu dakwah	
	fakultas Dakwah dan	efektif	
	Komunikasi UIN		
	Sunan Ampel		
	Surabaya, dengan judul		
	"Strategi Dakwah KH.		
	Imam Chambali dan		

	KH. Abdurrahman				
	Navis Pada Media				
	Siaran di Radio"				
3	Indra Dita Puspito,	Meneliti seni dakwah	Penulis		
	mahasiswi program	yang digunakan oleh	memfokuskan pada		
	studi Komunikasi	seorang dai agar	gaya dari seorang dai		
	Penyiaran Islam	mendapatkan tujuan	atau <i>public speaker</i> .		
	fakultas Dakwah dan	dakwah, yaitu dakwah	Gaya yang dimiliki		
	Komunikasi UIN	efektif	tiap individu		
	Dyarif Hidayatullah		berbeda. Dan penulis		
	Jakarta, dengan judul		memilih bu Cita,		
	"Strategi Dakwah	- T	seorang public		
	Generasi Muda M <mark>as</mark> jid		speaker sekaligus		
	Al Hikmah (GEMA)		yang mendirikan		
	dalam meningkatkan		kelas public speaking		
	Nilai-Nilai Keislaman				
	Para Pemuda di				
	Kampung Areman				
	Cimanggis, Depok"				
4	Muh. Hamsah	Menggunakan jenis	• Penelitian yang		
	Kamaruddin,	penelitian	dilakukan		
	mahasiswa program	Kuantitatif	Hamsah lebih		
	studi Pendidikan Guru	Membahas tentang	mengarah kepada		
	Madrasah Ibtidaiyah	strategi dakwah	dakwah dengan		

fakultas Tarbiyah dan	 Menggunakan 	metode lembaga	
Keguruan UIN	angket untuk	• Peneliti	
Alauddin Makassar,	mengumpulkan	memfokuskan	
dengan judul	data	pada bahasan	
"Pengaruh Lembaga		gaya dari seorang	
Dakwah Kampus		dai atau <i>public</i>	
dalam Meningkatkan		speaker.	
Kecerdasan Intelektual			
Mahasiswa Universitas			
Islam Negeri Alauddin			
Makassar"			
5 Arif Rahman,	• Meneliti dan	• Bidang yang	
mahasiswa program	membahas tentang	dibahas beda.	
studi Pendidikan	taktik dan strategi	Penelitian yang	
Jasmani Kesehatan dan	yang digunakan	dilakukan Ari:	
Rekreasi Jurusan	untuk mencapai	Rahman mengenai	
Pendidikan Olahraga	tujuan yang	bidang olahraga	
Universitas Negeri	diinginkan.	sedangkan	
Yogyakarta, dengan	Yogyakarta, dengan		
judul "Tingkat		akan membahas	
Pengetahuan Taktik		mengenai bidang	
dan Strategi Peserta		dakwah	
Ekstrakurikuler			

Sepakbola di SMPN	
dan MTs	
Se-Kecamatan	
Petanahan, Kabupaten	
Kebumen dalam	
Bermain Sepakbola"	



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. PENELITIAN DAN JENIS PENELITIAN

Penelitian merupakan upaya sistematis dan objektif untuk mempelajari suatu masalah dan menemukan prinsip-prinsip umum yang juga berarti upaya pengumpulan informasi yang bertujuan untuk menambah pengetahuan. Dalam melakukan penelitian, perlu dilakukan cara penelitian atau disebut dengan metode penelitian. Ketepatan menggunakan metode penelitian adalah tindakan yang harus dilakukan oleh seorang peneliti jika menginginkan penelitiannya dapat menjawab masalah dan menemukan kebenaran.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian metode kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian itu. Selain itu juga untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih yang saling pengaruhmempengaruhi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kausal. Kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Hal ini berarti ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi). Dan peneliti menggunakan teknik korelasi product moment. Teknik korelasi ini digunakan

¹¹⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana Prenada Group, Edisi Kedua, 2013), hal 44

¹¹² Mahi M. Hikmat, *Metodologi Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), hal 29

¹¹³ Ibid, hal 35

¹¹⁵ Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D", (Bandung: Alfabeta, 2016) hal 37

untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel berbentuk interval atau ratio, dan sumber data dari dua variabel atau lebih tersebut sama. Penelitian ini menganalisis Pengaruh taktik dakwah bu Cita terhadap moral siswa Cita Public Speaking Class.

B. LOKASI PENELITIAN

Subyek pada penelitian ini adalah dakwah bu Cita Nur Qomariyah, seorang *public speaker* handal dan juga sebagai dosen *public speaking* di UIN Sunan Ampel Surabaya. Lokasi penelitian adalah di studio Cita Entertainment, di jalan Pagesangan Asri 3 No 18, Pagesangan, Jambangan, Surabaya.

C. POPULASI SAMPEL DAN TEKNIK SAMPLING

1. Populasi

Populasi (*population*) secara etimolgi dapat diartikan penduduk atau orang banyak yang memilki sifat universal. Bohar Soeharto mendefinisikan bahwa populasi adalah keseluruhan objek penelitian, mungkin berupa manusia, gejala-gejala, benda-benda, pola sikap, tingkah laku dan lain sebagainya yang menjadi objek penelitian. Menurut Moh Nazir, populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciriciri yang telah ditetapkan. Kualitas dan ciri tersebut dinamakan variabel. 117

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. ¹¹⁸ Jadi, dapat disimpulkan bahwa populasi merupakan keseluruhan obyek

¹¹⁶ Mahi M. Hikmat, Op.Cit., hal 60

¹¹⁷ Ibio

¹¹⁸ Sugiyono, Op.Cit., hal 80

penelitian. Pada penelitian ini, populasi adalah siswa Cita Public Speaking Class yang berjumlah 40 siswa.

2. Sampling dan Teknik Sampling

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel adalah obyek dari populasi yang diambil melalui teknik sampling, yakni cara-cara mereduksi obyek penelitian dengan mengambil sebagian saja yang dapat dianggap representative terhadap populasi. Dalam penyusunan sampel perlu disusun kerangka sampling yaitu daftar dari semua unsur sampling dalam populasi sampling. Teknik penelitian ini dimaksudkan agar peneliti lebih mudah dalam pengambilan data. Data tersebut diperbolehkan untuk digunakan sebagai refleksi keadaan populasi secara keseluruhan.

Perencanaan sampel dengan bobot yang representatif kadang kurang memuaskan peneliti karena kadang upaya mendeskripsikan populasi kurang berhasil, disebabkan karena populasi memiliki ciri *tak terhingga*. Sebab itu, harus dilakukan perhitungan secara pasti jumlah besaran sampel untuk populasi tertentu. Dengan jumlah populasi siswa Cita Public Speaking Class yaitu 40 siswa, maka rumus perhitungan sampelnya adalah:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Dimana:

n: Jumlah sampel yang dicari

¹¹⁹ Ibid, hal 81

Mahi M. Hikmat, Op.Cit., hal 61

¹²¹ Burhan Bungin, Op.Cit., hal 114-115

N: Jumlah populasi

D: Nilai presisi (ditentukan sebesar 90% atau $\alpha = 0.1$)

$$n = \frac{40}{40(0,1)^2 + 1} = \frac{40}{1,4} = 28,5714$$

Dari jumlah populasi 40 diperoleh ukuran sampel sebesar 28,5714 atau peneliti bulatkan menjadi 29 sampel penelitian. Kemudian untuk memperoleh sebanyak sampel itu dari populasi sebesar 40 itu adalah dengan menunjuk sampel yang representatif, yaitu dengan cara metode sampling.

Metode Sampling atau cara mengambil sampel dari populasi. Pada penelitian ini menggunakan rancangan sampel probabilitas atau Probability Sampling, vakni rancangan sampling yang memberikan peluang yang sama kepada setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel penelitian. 122 Rancangan probabilitas memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel, maka untuk menjadi sampel, unit-unit populasi harus di random. 123 Peneliti memilih Simple Random Sampling, karena anggota populasi dalam penelitian ini dianggap homogen (memiliki kesamaan). Teknik ini adalah cara pengambil sampel dari semua anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memerhatikan strata yang ada di dalam anggota populasi. 124 Ada beberapa teknik penggunaan rancangan sampel probabilitas. Namun yang digunakan adalah teknik mengundi unit-unit populasi.

D. VARIABEL DAN INDIKATOR

¹²² Mahi M. Hikmat,Op.Cit., hal 62 ¹²³ Burhan Bungin, Op.Cit., hal 116

¹²⁴ Ibid, hal 63

Variabel berasal dari kata bahasa Inggris *variable* yang berarti faktor tak tetap atau berubah-ubah. Namun bahasa Indonesia kontemporer telah terbiasa menggunakan kata variabel ini dengan pengertian yang lebih tepat disebut *bervariasi*. Dengan demikian, variabel adalah fenomena yang bervariasi dalam bentuk, kualitas, kuantitas, mutu dan standar.¹²⁵

Dalam penelitian yang lebih konkret, variabel adalah konsep dalam bentuk konkret atau konsep operasional. Untuk itu, maka variabel harus dijelaskan parameternya atau indikator-indikatornya. Dalam penelitian ini menggunakan dua bentuk variabel, yakni variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel tergantung).

Variabel bebas adalah variabel yang menentukan arah atau perubahan tertentu pada variabel tergantung, sementara variabel bebas berada pada posisi yang lepas dari 'pengaruh' variabel tergantung. Maka, variabel tergantung adalah variabel yang 'dipengaruhi' oleh variabel bebas.¹²⁷

(Variabel Independen)

(Variabel Dependen)

Taktik Dakwah bu Cita

Moral Siswa Cita Public Speaking Class

Indikator X:

- 1. Stimulus
- 2. Leksikon dan Sintagsis
- 3. Gaya prestise/wibawa bu Cita
- 4. Gaya sensasi bu Cita

Indikator Y:

1. Hidup dengan norma

¹²⁵ Burhan Bungin, Op.Cit., hal 69

¹²⁶ Ibid, hal 70

¹²⁷ Ibid, hal 72

- 2. Jati diri
- 3. Berpikir positif
- 4. Jujur, rendah hati, bijaksana

E. INSTRUMEN PENELITIAN

Instrumen penelitian merumuskan untuk menemukan efek pengaruh taktik dakwah bu Cita terhadap siswa Cita Public Speaking Class. Sesuai ruang lingkup pada penelitian ini, instrumen penelitian dirumuskan dan ditujukan untuk menentukan aspek-aspek sebagai berikut: (1) Pengetahuan bagaimana penerapan gaya bu Cita memberikan stimulus kepada siswa Cita Public Speaking Class. (2) Pengetahuan bagaimana penerapan gaya kekuatan kata yang digunakan oleh bu Cita kepada siswa Cita Public Speaking Class. (3) Pengetahuan bagaimana gaya simbolis yang diterapkan oleh bu Cita kepada siswa Cita Public Speaking Class. (4) Pengetahuan bagaimana bu Cita menerapkan gaya prestise/wibawa yang ditunjukkan kepada siswa Cita Public Speaking Class. (5) Pengetahuan bagaimana gaya sensasi/persepsi bu Cita yang ditunjukkan kepada siswa Cita Public Speaking Class. (6) Pengetahuan siswa Cita Public Speaking Class tentang kesadaran untuk mempunyai aturan dalam sebuah perilaku. (7) Pengetahuan siswa Cita Public Speaking Class tentang moral sebagai penentu pembentukan karakter seseorang. (8) Pengetahuan siswa Cita Public Speaking Class tentang moral sebagai pengembangan kea rah positif. (9) Pengetahuan siswa Cita Public Speaking Class tentang kesadaran akhal dan etika. (10) Pengetahuan siswa Cita Public Speaking Class tentang moral sebagai ajaran wejangan/saran agar menjadi manusia yang baik.

Berikut adalah paparan dari instrumen penelitian yang dimaksud di atas:

 Pengetahuan bagaimana penerapan gaya bu Cita memberikan stimulus kepada siswa Cita Public Speaking Class

Instrumen ini berfungsi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dakwah bu Cita dalam menggerakkan perasaan dan kemauan audiens. Pada instrumen ini juga dapat mengukur respon dari siswa Cita Public Speaking Class melalui gaya bu Cita yang menggunakan kata-kata yang persuasive serta melahirkan kata dari hati dengan penuh semangat.

 Pengetahuan bagaimana penerapan gaya kekuatan kata yang digunakan oleh bu Cita kepada siswa Cita Public Speaking Class

Pada instrumen ini dapat diketahui besar pengaruh dari gaya bu Cita dalam menggunakan kekuatan kata pilihan yang dapat membangun imajinasi pendengar. Selain itu, dapat diukur seberapa besar respon siswa Cita Public Speaking Class dengan gaya bu Cita dengan pemilihan kata yang tegas dan kuat.

 Pengetahuan bagaimana gaya simbolis yang diterapkan oleh bu Cita kepada siswa Cita Public Speaking Class

Bagian instrumen ini, dapat diukur mulai dari berapa besar pengaruh gaya bu Cita berdakwah dengan pemilihan kata-kata sebagai simbolis. Kemudian dapat mengukur apakah simbolis dalam pesan dakwah yang digunakan bu Cita mengarah kepada mad'u. Juga untuk mengukur respon siswa Cita Public Speaking Class dengan penggunaan gaya bu Cita melalui bahasa lambang.

4) Pengetahuan bagaimana bu Cita menerapkan gaya *prestise*/wibawa yang ditunjukkan kepada siswa Cita Public Speaking Class

Pada bagian ini, dapat mengukur gaya bu Cita berdakwah dengan pembawaannya yang wibawa terhadap siswa Cita Public Speaking Class. Hal ini juga dapat mengetahui berapa besar tanggapan siswa untuk audiens mengenai gaya bu Cita menunjukkan kekuatan yang muncul dari dalam diri.

 Pengetahuan bagaimana gaya sensasi/persepsi bu Cita yang ditunjukkan kepada siswa Cita Public Speaking Class

Pada aspek ini, penulis bertujuan untuk mengukur respon siswa Cita Public Speaking Class dalam menanggapi gaya sensasi/persepsi bu Cita dalam menyampaikan dakwah. Juga mengetahui respon dari gaya bu Cita yang menarik hingga mempengaruhi audiens.

6) Pengetahuan siswa Cita Public Speaking Class tentang kesadaran untuk mempunyai aturan dalam sebuah perilaku

Pada aspek ini, penulis bertujuan untuk mengetahui moral siswa Cita Public Speaking Class dalam kesadaran untuk mentaati peraturan sesuai kesepakatan yang telah dibuat. Bagian instrumen ini juga mengukur berapa besar siswa yang memiliki komitmen dalam sebuah peraturan.

7) Pengetahuan siswa Cita Public Speaking Class tentang moral sebagai penentu pembentukan karakter seseorang

Instrument ini mengukur pengetahuan dan respon siswa Cita Public Speaking Class mengenai moral yang dapat menjadi penentu pembentukan karakter mereka selama menjadi siswa di Cita Public Speaking Class. Dan juga berapa besar pengaruhnya.

8) Pengetahuan siswa Cita Public Speaking Class tentang moral sebagai pengembangan ke arah positif

Pada bagian ini, peneliti bermaksud untuk mengukur apakah selama menjadi siswa Cita Public Speaking Class dapat membentuk pemikiran siswa lebih maju. Juga seberapa besar pengaruh positif yang diterima siswa sebagai siswa Cita Public Speaking Class sekaligus sebagai mad'u.

9) Pengetahuan siswa Cita Public Speaking Class tentang kesadaran akhal dan etika

Pada aspek ini peneliti bertujuan untuk mengukur seberapa besar respon mengenai pembentukan pribadi yang beretika dalam setiap melakukan tindakan selama menjadi siswa Cita Public Speaking Class. Juga mengukur seberapa besar pengaruh dakwah bu Cita terhadap pemahaman siswa dalam beragama/melaksanakan syariat islam dan bersikap sopan santun.

10) Pengetahuan siswa Cita Public Speaking Class tentang moral sebagai ajaran wejangan/saran agar menjadi manusia yang baik.

Pada bagian instrumen ini penulis mengukur seberapa besar respon siswa Cita Public Speaking Class mengenai penerapan dalam diri tentang menjadi pribadi yang lebih berbudi pekerti, toleran, tidak egois dan acuh tak acuh.

F. PROSEDUR PENGUMPULAN DATA

Data (tunggal datum) adalah bahan keterangan tentang suatu obyek penelitian yang diperoleh di lokasi penelitian. ¹²⁸ Bahasan metode pengumpulan data menjadi penting dalam metodologi penelitian. Bagian

1

¹²⁸ Burhan Bungin, Op.Cit., hal 129

instrument pengumpulan data yang menentukan berhasil tidaknya suatu penelitian disebut metode pengumpulan data. Dan peneliti menggunakan metode angket dalam meneliti penelitian ini.

Metode angket atau kuisioner menurut Arikunto adalah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadi atau hal-hal yang ia ketahui. Angket kuisioner tersebut berisi identitas subyek yang terdiri dari nama, gender, umur, status pelajar dan asal kota. Karena banyaknya responden dalam penelitian ini, maka angket yang digunakan adalah angket tertutup, sehingga responden hanya memilih jawaban yang telah disediakan dan dalam pengisiannya, peneliti menunggu responden. Kuisioner dalam pertanyaan tertulis yang dipertanyakan kepada 29 responden mengenai dakwah yang dilakukan oleh bu Cita

G. TEKNIK VALIDASI DAN REALIBILITAS

Instrument penelitian mempunyai andil untuk menentukan valid dan realible nya sebuah hasil penelitian. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Peneliti melakukan uji coba pendahuluan dengan membagikan angket awal berjumlah 40 aitem kepada 40 siswa secara acak dari semua siswa Cita Public Speaking Class pada tanggal 13-15 Desember 2017. Setelah melakukan uji coba pendahuluan, maka didapatkan hasil uji validitas dan reliabilitas sebagai berikut:

1. Validasi

Uji validitas dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan teknik Korelasi Person Product Moment, yaitu dengan mengkorelasikan

¹²⁹ Mahi M. Hukmat. *Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta. Graha Ilmu. 2011. Hal 91-92

skor tiap-tiap item dengan skor total dalam skala. Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Aitem yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi, menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Sugiyono menyatakan bahwa syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah r=0,3. Jadi jika korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam instrument tersebut dinyatakan tidak valid. Maka salah sal

1.1. Skala Taktik Dakwah Bu Cita

Berdasarkan uji validitas, diperoleh hasil bahwa skala taktik dakwah bu Cita terdiri dari 20 aitem, terdapat 17 aitem yang valid dan 3 aitem yang tidak valid, yaitu; aitem nomor 1, 15 dan 16 dinyatakan tidak valid.

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas pada skala taktik dakwah bu Cita

		I	Aitem
Variabel	Aspek		
		F	UF
	Pengetahuan bagaimana		
	penerapan gaya bu Cita		
Taktik Dakwah Bu Cita	memberikan stimulus	1	3,4
	kepada siswa Cita Public		
	Speaking Class		

¹³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hal 133

¹³¹ Ibid, hal 134

Pengetahuan bagaimana penerapan gaya kekuatan kata yang digunakan oleh bu Cita kepada siswa Cita Public Speaking Class	5,6	7,8
Pengetahuan bagaimana gaya simbolis yang diterapkan oleh bu Cita kepada siswa Cita Public Speaking Class	9,10	11,12
Pengetahuan bagaimana bu Cita menerapkan gaya prestise/wibawa yang ditunjukkan kepada siswa Cita Public Speaking Class	13,14	0
Pengetahuan bagaimana gaya sensasi/persepsi bu Cita yang ditunjukkan kepada siswa Cita Public Speaking Class	17,18	19,20
Total	9	8

Adapun data Uji Validitas aitem terseleksi sebagai berikut:

Tabel 3.2 Uji validitas aitem Taktik Dakwah Bu Cita

Aitem	Corrected Item-Total	Keterangan Uji
	Correlation	Validitas Aitem
Aitem 1	-0,010	Tidak Valid
Aitem 2	0,334	Valid
Aitem 3	0,527	Valid
4		
Aitem 4	0,448	Valid
Aitem 5	0,527	Valid
Aitem 6	0,598	Valid
Aitem 7	0,619	Valid
Aitem 8	0,539	Valid
Aitem 9	0,569	Valid
Aitem 10	0,726	Valid
Aitem 11	0,470	Valid
Aitem 12	0,523	Valid

Aitem 13	0,566	Valid
Aitem 14	0,561	Valid
Aitem 15	-0,149	Tidak Valid
Aitem 16	-0,170	Tidak Valid
Aitem 17	0,566	Valid
Aitem 18	0,561	Valid
Aitem 19	0,619	Valid
Aitem 20	0,539	Valid

2.1.Skala Moral Siswa Cita Public Speaking Class

Berdasarkan uji validitas, diperoleh hasil bahwa skala moral siswa Cita Public Speaking Class terdiri dari 20 aitem, terdapat 16 aitem yang valid dan 4 aitem yang tidak valid, yaitu; aitem nomor 3, 4, 5 dan 13 dinyatakan tidak valid.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas pada skala moral siswa Cita Public Speaking
Class

		1	Aitem
Variabel	Aspek		
		F	UF
Moral Siswa Cita Public Speaking	Pengetahuan siswa Cita	1,2	0

Class	Public Speaking Class tentang kesadaran untuk mempunyai aturan dalam		
	sebuah perilaku Pengetahuan siswa Cita		
	Public Speaking Class tentang moral sebagai	6	7,8
	penentu pembentukan karakter seseorang		
	Pengetahuan siswa Cita Public Speaking Class tentang moral sebagai pengembangan ke arah positif	9,10	11,12
	Pengetahuan siswa Cita Public Speaking Class tentang kesadaran akhal dan etika	14	15,16
	Pengetahuan siswa Cita Public Speaking Class tentang moral sebagai ajaran wejangan/saran agar menjadi manusia yang baik	17,18	19,20
		8	8

Total	16

Adapun data Uji Validitas aitem terseleksi sebagai berikut:

Tabel 3.4 Uji validitas aitem moral siswa Cita Public Speaking Class

Aitem	Corrected Item-Total	Keterangan Uji
	Correlation	Validitas Aitem
Aitem 1	0,517	Valid
Aitem 2	0,571	Valid
Aitem 3	-0,203	Tidak Valid
Aitem 4	-0,297	Tidak Valid
Aitem 5	-0,012	Tidak Valid
Aitem 6	0,338	Valid
Aitem 7	0,550	Valid
Aitem 8	0,531	Valid
Aitem 9	0,550	Valid
Aitem 10	0,583	Valid
Aitem 11	0,578	Valid

Aitem 12	0,468	Valid
Aitem 13	-0,053	Tidak Valid
Aitem 14	0,461	Valid
Aitem 15	0,578	Valid
Aitem 16	0,468	Valid
Aitem 17	0,550	Valid
Aitem 18	0,583	Valid
Aitem 19	0,550	Valid
Aitem 20	0,531	Valid

2. Realibilitas

Realibilitas (*realibility*) adalah sejauhmana temuan-temuan penelitian dapat direplikasi; jika penelitian ulang dilakukan, maka akan menghasilkan kesimpulan yang sama. Realibilitas adalah uji coba apakah instrument sudah dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data penelitian. Instrument yang reliable berarti instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, alat ukur yang fleksibel seperti karet adalah alat ukur yang tidak reliable. Reliabel artinya dapat dipercaya,

-

¹³² DR. Mahi M. Hikmat, Op.Cit., hal 90

¹³³ Mahi M Hikmat, Op.Cit., hal 92

jadi dapat diandalkan.¹³⁴ Hal ini berarti reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu ala pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Dengan kata lain reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat ukur di dalam mengukur gejala yang sama.¹³⁵

Setelah pengujian validitas, selanjutnya aitem-aitem diuji ke dalam butir soal menggunakan teknik Alpha Cronbach dengan bantuan program SPSS versi 16.00 for windows. Teknik ini merupakan salah satu formula untuk menghitung koefisien reliabilitas dengan diperoleh lewat penyajian satu bentuk skala yang dikenakan hanya satu kali saja pada sekelompok responden (Single Trial Administration). Dengan menyajikan skala hanya satu kali, maka problem yang mungkin muncul pada pendekatan reliabilitas ulang dapat dihindari. Skala yang akan diestimasi reliabilitasnya dibelah menjadi dua atau lebih. Setiap belahan berisi itemitem bagian. Adapun rumus Alpha Cronbach, yaitu:

$$a = \left[1 - \frac{S1^2 + S2^2}{Sx^2}\right]$$

Keterangan

S1² dan S2² : Variabel skor belahan 1 dan varibel belahan 2

Sx² : Variabel skor skala¹³⁷

Dalam aplikasinya, reliabilitas dinyatakan oleh koefisien reliabilitas yang angkanya berada dalam rentang 0 sampai 1,00. Semakin valid koefisien reliabilitas mendekati 1,00 berarti semakin valid

.

¹³⁴Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta, Rineka Cipta, 2006 hal 154

¹³⁵ M. Singarimbun dan S. Effendi, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3ES, 1998), hal 140

¹³⁶ Saifuddin Azwar, Reliabilitas dan Validitas, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997), hal 78

¹³⁷Syaifuddin Azwar, *Penyusunan Skala Psikologi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006), hal.87

reliabitasnya. Hasil pengujian reliabilitas pada skala taktik dakwah bu Cita diperoleh nilai koefisien reliabilitas sebesar 0,869 dapat dikatakan bahwa skala taktik dakwah bu Cita ini memiliki reliabilitas yang tergolong valid. Hasil pengujian reliabilitas pada skala moral siswa Cita Public Speaking Class diperoleh nilai koefisien reliabilitas sebesar 0,845 dapat dikatakan bahwa skala moral siswa Cita Public Speaking Class ini memiliki reliabilitas yang tergolong valid. Dengan demikian menunjukkan bahwa sampel atau responden yang akan digunakan subjek penelitian dengan ini menyatakan dalam keadaan siap dan menerima, serta responden yang akan diteliti sesuai dengan judul yang diangkat dalam penelitian ini.

H. TEKNIK ANALISIS DATA

Dalam penelitian kuantitatif, setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul, maka perlu segera diolah atau yang sering disebut dengan pengolahan data atau analisis data. Analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan peneliti dalam mengungkapkan makna data yang diperoleh dari proses penelitianyang dilakukan.¹³⁹

Pertama, peneliti menentukan jenis hipotesisnya sehingga dapat mengungkapkan makna data yang diperoleh dari proses penelitian yang dilakukan. Jenis hipotesis yang ditentukan adalah asosiatif kasual (sebab akibat) sebab variabel X mempengaruhi variabel Y.

a) Analisis Uji Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis, berikut adalah langkah-langkahnya:

¹³⁸Syaifuddin Azwar, *Penyusunan Skala Psikologi edisi* 2, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014),

¹¹³⁹ Ridwan dan Akdon, *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika, (Bandung: Alfabeta, 2007*), hal 147

Mendidtribusikan data ke dalam rumus Korelasi Person Product Moment. Untuk menganalisa pengaruh taktik dakwah bu Cita terhadap moral siswa Cita Public Speaking Class, maka menggunakan rumus Korelasi Person Product Moment¹⁴⁰

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i \, y_i - (\sum x_i)((\sum y_i)}{\sqrt{(n \sum x_i^2 - (x_i)^2 (n \sum y_i^2 - (y_i)^2)}}$$

Keterangan:

 r_{xy} = korelasi antara variabel x dan y

 $\Sigma = \text{jumlah}$

n = banyaknya sampel

X = variabel bebas

Y = variabel terikat

 $\sum XY$ = hasil perkalian antara variabel bebas dengan skor variabel terikat

 $\sum Y^2$ = hasil perkalian kuadrat dari hasil nilai skor variabel terikat

 $\sum X^2$ = hasil perkalian kuadrat dari hasil nilai skor variabel terkait

b. Menguji Nilai Koefisien Korelasi

Ada dua cara yang digunakan peneliti untuk menguji nilai Korelasi Person Product Moment, yaitu:

- Peneliti akan memperoleh dalam perhitungan Korelasi Person
 Product Moment
- Interpretasi dalam penelitian ini menggunakan nilai r dari rumus
 Korelasi Person Product Moment¹⁴¹

. .

¹⁴⁰ Sugiyono, Op.Cit., hal 228

¹⁴¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), hal 220

Peneliti menggunakan alat bantu perhitungan kuantitatif untuk menganalisis penelitian ini. Alat yang digunakan yaitu software SPSS 16 for windows. Setelah itu, melakukan output yang tertera pada SPSS. Judul yang telah diangkat dan telah diketahui hipotesisnya dengan ini, jenis data pada penelitian ini mengangkat tentang interval rasio atau penilaian. Maka diharapkan penelitian ini merujuk pada interval rasio, semua respondensi telah menilai dengan memberikan penilaian terhadap judul yang telah diangkat pada penelitian ini. Sehingga akan memberikan informasi yang factual dan akurat.

b) Pemberian Skor (Skoring)

Peneliti menggunakan cara penilai yang ditentukan dalam proses penelitian ini, yakni memberikan pertanyaan/pernyataan dalam angket, kemudian diberikan beberapa tingkat penilaian yang telah diberikan dalam angket, yang disebut dengan istilah *skoring* (pemberian skor). Lalu jawaban dari hasil angket ini menentukan regresi dalam menilai seberapa besar pengaruh taktik dakwah bu Cita terhadap moral siswa Cita Public Speaking Class.

Skoring yaitu data penelitian yang diperoleh berdasarkan angket penelitian yang kemudian dianalisa dalam bentuk angka atau dalam bentuk kuantitatif. Proses yang dilakukan adalah dengan memberi nilai pada setiap item jawaban pada pertanyaan/pernyataan untuk responden dengan menggunakan skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Maka, variabel yang diukur kemudian dijabarkan menjadi indicator variabel. Lalu indikator-indikator tersebut sebagai tolak ukur untuk

menyususn item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan/pernyataan.

Sedangkan untuk aturan scoring, skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative, yang dapat berupa kata-kata¹⁴², antara lain: tingkat penilaian yang telah disediakan dalam angket ini, yaitu:

SS "Sangat Setuju"= dengan skor 4,

S "Setuju"= dengan skor 3,

TS "Tidak Setuju"= dengan skor 2,

STS "Sangat Tidak Setuju"= dengan skor 1.

Jadi pada penelitian ini bermaksud untuk mengukur tingkat seberapa besar pengaruh taktik dakwah bu Cita terhadap moral siswa Cita Public Speaking Class.

142 Winarno Suharmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, (Bandung: Transito, 1982), hal 93

_

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. PROFIL SUBJEK PENELITIAN

Profil subjek penelitian dibutuhkan untuk menjelaskan tentang profil subjek yang akan diteliti. Pada penelitian ini membahas mengenai taktik dakwah bu Cita yang diterapkan kepada siswa Cita Public Speaking guna mencetak moral seorang public speaker yang sebenarnya. Subjek penelitian yang diambil dalam penelitian ini adalah siswa-siswa Cita Public Speaking Class yang berjumlah 40 siswa yang berlokasi di studio Cita Entertainment yang terletak di jalan Pagesangan Asri 3 No 18, Pagesangan, Jambangan, Surabaya. Alasan peneliti memilih subjek penelitian ini adalah karena siswa Cita Public Speaking Class dibentuk menjadi seorang public speaking yang handal dan bermoral baik sehingga patut sebagai panutan bagi semua mad'u. Selain itu, alasan lain adalah karena peneliti adalah salah satu siswa Cita Public Speaking sehingga dapat mengenal dan memahami karakteristik dan sistem yang berjalan di kelas Cita Public Speaking.

Berdasarkan perhitungan dari teknik sampling, peneliti hanya menggunakan subjek sebanyak 29 subjek dari 40 subjek populasi. Perhitungan teknik sampling sudah dihitung dan dibahas di BAB III pada penelitian ini. Subjek penelitian ini mempunyai karakteristik yang paham tentang bagaimana menjadi seorang public speaking. Di samping itu juga dicetak untuk memiliki moral yang baik dan mengarah positif agar dapat mempengaruhi mad'u. Alasan yang mendasar peneliti untuk menggunakan subjek siswa Cita Public Speaking Class adalah karena siswa dibimbing dan

dilatih ber-public speaking serta memang dicetak untuk menjadi seorang public speaker yang handal.

Pelaksanaan penelitian dimulai sejak tanggal 10 Oktober 2017 hingga 7 Januari 2018. Dua bulan pertama digunakan untuk menggali data awal pada tempat penelitian serta mencari berbagai referensi dari berbagai sember terkait. Kemudian tanggal 13-15 Desember 2017 digunakan untuk menyebarkan instrumen uji coba pendahuluan kepada 40 siswa Cita Public Speaking Class. Kegiatan ini dilakukan untuk mengetahui valid dan reliable tidaknya instrumen penelitian yang akan dipakai. Setelah mengetahui bahwa instrument penelitian sudah valid dan reliable, selanjutnya adalah dilakukan penelitian pengambilan respon dari isi instrumen yang dibuat dari atribut teoritik dari tiap-tiap variabel penelitian. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 30 Desember 2017-3 Januari 2018. Selanjutnya peneliti memanfaatkan waktu penelitian yang masih ada dengan mendapatkan data-data yang belum diperoleh oleh peneliti sekaligus menyusun hasil laporan penelitian. Setelah itu dilakukan analisis pada data yang terkumpul dan dilanjutkan dengan penyusunan laporan penelitian. Berikut ini adalah tabel pelaksanaan penelitian:

Tabel 4.1 Tabel Pelaksanaan Penelitian

NO	Tanggal	Keterangan

1	10 Oktober 2017- 15	Penyusunan Proposal
	Oktober 2017	
2.	26 Oktober 2017	Seminar Proposal dan Revisi Proposal
3.	13-15 Desember 2017	Penyebaran Instrumen Uji Coba
		Pendahuluan
4.	17 Desember 2017	Skoring Hasil Uji Coba
5.	28 Desember 2017	Penyusunan dan Penyebaran Instrumen
6.	30 Desember 2017-3	Penelitian
1	Januari 2018	
8.	4 Januari 2018	Skoring Hasil Penelitian
9.	5 Januari 2018	Analisis Data
10.	7 Januari 2018	Menyusun Laporan Hasil Penelitian

a. Sejarah Singkat Objek Penelitian



Cita Public Speaking Class atau kelas public speaking lahir dan berada di bawah naungan Cita Entertainment, sebuah event organizer yang menangani berbagai event. Berawal dari pengalaman sebagai seorang jurnalis yang memiliki relasi berbagai

kalangan, Helmy M Noor membuat usaha event organizer (EO) dengan

nama CITA ENTERTAINMENT, awalnya adalah narasumber dan relasi terdekat. Banyak klien yang puas dengan pelayanannya. Pasalnya dalam menangani event, Cita Entertainment belajar dari prinsip menyajikan laporan, cepat tanpa mengurangi keakuratan berita sehingga menjadi perfect news. Begitu halnya dengan sebuah event, semua harus menjadi lebih sempurna saat ditangani CITA ENTERTAINMENT.

Seiring berjalannya waktu, saat ini Cita Entertainment meningkatkan usahanya menjadi PT Cita Promosindo dengan core business, Organizer, Show Biz (Hiburan), Multimedia (Broadcast dan Publisher), Marketing Communication dan Event Property.

Awalnya, sistem kelas Cita public speaking adalah kelas privat, berarti tiap kelas hanya ada satu siswa dan satu guru. Kelas ini hanya memiliki satu guru, yaitu bu Cita Nur Qomariyah. Waktu masuk kelas sesuai dengan kesepakatan keduanya dengan minimal satu minggu dua kali dengan durasi dua jam bertempat di studio Cita Entertainment. Namun pada tahun 2017, sistem dirubah karena bu Cita menginginkan agar dapat memudahkan calon-calon public speaker muslim untuk mengasah skill public speaking.

Kelas berubah menjadi sistem kelas reguler. Tiap kelas ada 10 siswa dengan minimal satu minggu satu kali dengan durasi dua jam. Berikut adalah jadwal masuk kelas Cita public speaking:

Tabel 4.2 Tabel Jadwal Masuk Cita Public Speaking Class

No	Hari	Sore (15.30-17.30)	Malam (18.30-20.30)
1	Senin	Kelas A	Kelas B

2	Selasa	-	Kelas C
3	Rabu	Kelas D	Kelas E
4	Kamis	-	Kelas F
5	Jumat	Kelas G	Kelas H

Meskipun begitu, akan ada penambahan kelas jika untuk persiapan acara, persiapan *casting*, dan ada pemateri khusus yang diundang oleh bu Cita.

Adapun bidang public speaking yang diajarkan, adalah:

- 1) Bagaimana menjadi MC (formal, semi formal dan non formal)
- 2) Bagaimana menjadi Presenter
- 3) Bagaimana menjadi Host
- 4) Bagaimana menjadi Reporter
- 5) Bagaimana menjadi Dubbing (Voice over)
- 6) Bagaimana menjadi Penyiar berita
- 7) Bagaimana menjadi Penyiar radio
- 8) Bagaimana menjadi Dai
- 9) Bagaimana menjadi Motivator

Oleh karena itu, materi yang diajarkan adalah materi yang dapat mengembangkan skill di bidang public speaking, yaitu:

- 1) Berlatih untuk percaya diri
- 2) Melatih pernafasan
- 3) Melatih vokal
- 4) Senam dan melatih berekspresi

- 5) Bagaimana mengembangkan isi materi yang akan disampaikan
- 6) Berlatih untuk menjadi camera face (menarik ditonton)
- 7) Berlatih menjadi diri sendiri

b. Lokasi Cita Public Speaking Class

Kelas Cita Public Speaking berlokasi di studio Cita Entertainment yang terletak di jalan Pagesangan Asri 3 No 18, Pagesangan, Jambangan, Surabaya.

B. PENYAJIAN DATA

1. Data Responden berdasarkan gender:

Frequences

Tabel 4.3 Tabel Jumlah Responden Statistik Gender

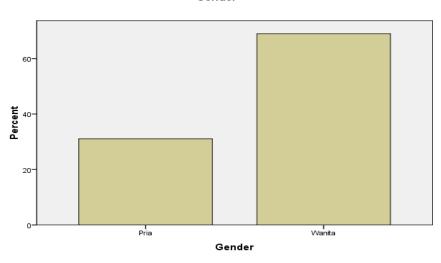
	Statistics	
Gender		
N	Valid	29
	Missing	0

Tabel 4.4 Tabel Statisktik Gender

Gender

					Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Pria	9	31.0	31.0	31.0
	Wanita	20	69.0	69.0	100.0
	Total	29	100.0	100.0	

Tabel 4.5 Tabel Diagram Batang Statistik Gender



Gender

Dari tiga tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah responden sebesar 29 orang, terdiri dari 20 wanita dan 9 pria. Jika dalam bentuk persen menjadi 69% wanita dan 31% pria.

2. Data Responden berdasarkan usia:

Frequences

Tabel 4.6 Tabel Jumlah Responden Statistik Usia

Statistics

Usia

N	Valid	29
	Missing	0

Tabel 4.7 Tabel Statistik Usia

Usia

					Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	17-20	11	37.9	37.9	37.9
	21-24	18	62.1	62.1	100.0
	Total	29	100.0	100.0	

Tabel 4.8 Tabel Diagram Batang Statistik Usia

Usia

6020-

Usia

Hasil yang ada ternyata responden berasal dari kalangan usia 17-20 tahun sebanyak 11 orang dan 21-24 tahun sebanyak 18 orang dari 29 sampel responden. Jika dalam bentuk persen menjadi 37,9% dari kalangan usia 17-20 tahun dan 62,1% dari kalangan usia 21-24 tahun.

21-24

3. Data Responden berdasarkan status:

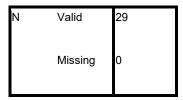
17-20

Frequences

Tabel 4.9 Tabel Jumlah Responden Statistik Status

Statistics

Status

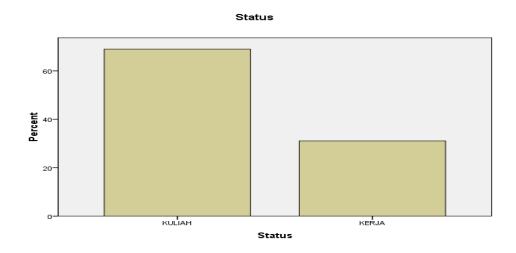


Tabel 4.10 Tabel Statistik Status

Status

-	-				Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	KULIAH	20	69.0	69.0	69.0
	KERJA	9	31.0	31.0	100.0
	Total	29	100.0	100.0	

Tabel 4.11 Tabel Diagram Batang Statistik Status



Status yang dimaksudkan peneliti adalah status pekerjaan responden yang dimiliki sekarang. Dari hasil yang ada ternyata responden berasal dari kalangan status Kuliah sebanyak 20 orang dan Kerja sebanyak 9 orang dari 29 sampel responden. Jika dalam bentuk persen menjadi 69% dari kalangan status Kuliash dan 31% dari kalangan status Kerja.

4. Data Responden berdasarkan lulusan:

Frequences

Tabel 4.12 Tabel Jumlah Responden Statistik Lulusan

N Valid 29 Missing 0

Statistics

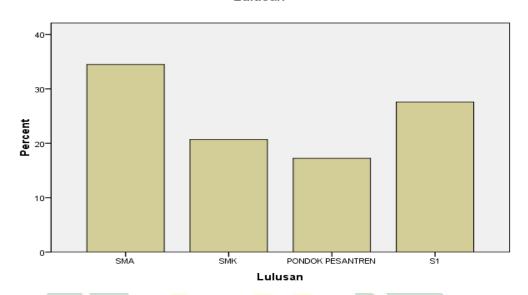
Tabel 4.13 Tabel Statistik Lulusan

Lulusan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	10	34.5	34.5	34.5
	SMK	6	20.7	20.7	55.2
	PONDOK PESANTREN	5	17.2	17.2	72.4
	S1	8	27.6	27.6	100.0
	Total	29	100.0	100.0	

Tabel 4.14 Tabel Diagram Batang Statistik Lulusan

Lulusan



Lulusan yang dimaksud peneliti adalah lulusan terakhir atau riwayat pendidikan terakhir yang dimiliki oleh responden. Hasil yang ada ternyata responden berasal dari kalangan lulusan SMA sebanyak 10 orang, SMK sebanyak 6 orang, Pondok Pesantren sebanyak 5 orang dan S1 sebanyak 8 orang dari 29 sampel responden. Jika dalam bentuk persen menjadi 34,5% dari kalangan lulusan SMA, 20,7% dari kalangan lulusan SMK, 17,2% dari kalangan lulusan pondok pesantren dan 27,6% dari kalangan lulusan S1.

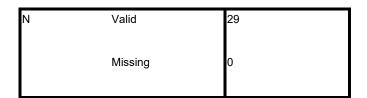
5. Data Responden berdasarkan asal:

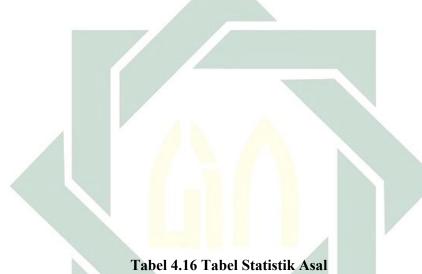
Frequences

Tabel 4.15 Tabel Jumlah Responden Statistik Asal

Statistics

Asal





Asal

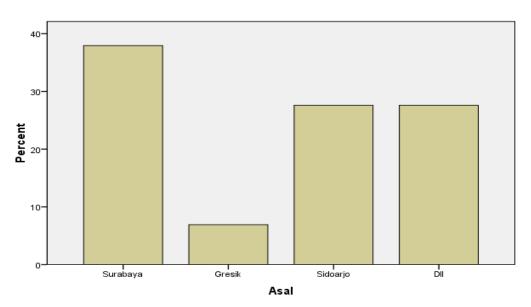
-	-				Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Surabaya	11	37.9	37.9	37.9
	Gresik	2	6.9	6.9	44.8
	Sidoarjo	8	27.6	27.6	72.4
	DII	8	27.6	27.6	100.0

Asal

	-				Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Surabaya	11	37.9	37.9	37.9
	Gresik	2	6.9	6.9	44.8
	Sidoarjo	8	27.6	27.6	72.4
	DII	8	27.6	27.6	100.0
	Total	29	100.0	100.0	

Tabel 4.17 Tabel Diagram Batang Statistik Asal





Asal yang dimaksud peneliti adalah asal daerah masing-masing responden. Hasil yang ada ternyata responden berasal dari kalangan asal Surabaya sebanyak 11 orang, Gresik sebanyak 2 orang, Sidoarjo dan Dll memiliki jumlah yang sama, yaitu masing-masing sebanyak 8 orang dari 29 sampel responden. Jika dalam bentuk persen menjadi 37,9% dari kalangan asal Surabaya, 6,9% dari kalangan asal Gresik, 27,6% dari kalangan asal Sidoarjo dan kalangan asal Dll.

6. Data Responden berdasarkan alamat:

Frequences

Tabel 4.18 Tabel Jumlah Responden Statistik Alamat

	Statis	stics	
Alamat			
N	Valid	29	
	Missing	0	
	-		- 1

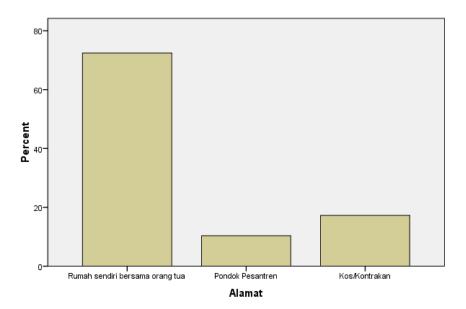
Tabel 4.19 Tabel Statistik Alamat

Alamat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rumah sendiri bersama orang tua	21	72.4	72.4	72.4
	Pondok Pesantren	3	10.3	10.3	82.8
	Kos/Kontrakan	5	17.2	17.2	100.0
	Total	29	100.0	100.0	

Tabel 4.20 Tabel Diagram Batang Statistik Alamat

Alamat



Alamat yang dimaksud peneliti adalah alamat saat ini masing-masing responden dan lebih mengarah kepada cara tinggal seperti tinggal di rumah sendiri dengan orang tua, pondok pesantren dan kos/kontrakan. Hasil yang ada ternyata responden berasal dari kalangan alamat Rumah bersama orang tua sebanyak 21 orang, kalangan alamat Pondok pesantren sebanyak 3 orang dan kalangan alamat Kos/Kontrakan sebanyak 5 orang dari 29 sampel responden. Jika dalam bentuk persen menjadi 72,4% dari kalangan alamat rumah sendiri bersama orang tua, 10,3% dari kalangan alamat Pondok Pesantren dan 17,2% dari kalangan alamat Kos/Kontrakan.

Sedangkan aturan *score* atau nilai masing-masing pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Jawaban setiap instrumen yang menggunakan Skala Likert, yaitu mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative, yang dapat berupa kata-kata antara lain: 143 Tingkat penilaian yang telah disediakan dalam angket yakni

1. Skala Taktik Dakwah Bu Cita

Pernyataan/ Pertanyaan:

a. Favorebel (positif)

Tabel 4.21 Tabel Favorabel (positif) Variabel X

Jawaban	Score
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3

¹⁴³ Winarno Suharmad, *Pengantar Penelitian Ilmiah*, (Bandung: Transito, 1982), Hal 93

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

b. Unfavorebel (Negatif)

Tabel 4.22 Tabel Unfavorabel (negatif) Variabel X

Jawaban	Score
Sangat Setuju (SS)	1
Setuju (S)	2
Tidak Setuju (TS)	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	4

2. Skala Moral Siswa Cita Public Speaking Class

Pernyataan/ Pertanyaan:

a. Favorebel (positif)

Tabel 4.23 Tabel Favorabel (positif) Variabel Y

Jawaban	Score
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

c. Unfavorebel (Negatif)

Tabel 4.24 Tabel Unfavorabel (negatif) Variabel Y

Jawaban	Score
Sangat Setuju (SS)	1
Setuju (S)	2
Tidak Setuju (TS)	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	4

C. ANALISIS DATA DAN PENGUJIAN HASIL HIPOTESIS

Peneliti menggunakan jenis penelitian kausal karena adanya hubungan yang bersifat sebab akibat. Sehingga ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi). 144 Desain jenis penelitian ini berguna untuk mengukur hubungan antar variabel satu dengan yang lain atau bagaimana antar variabel saling mempengaruhi. Oleh karena itu, peneliti menggunakan teknik korelasi product momen yang berguna untuk mencari serta membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel berbentuk interval atau ratio, dan sumber data dari dua variabel atau lebih tersebut sama. 145 Peneliti menggunakan bantuan program SSPS 16.0 for windows karena menganalisis pengaruh taktik dakwah bu Cita terhadap moral siswa Cita Public Speaking Class.

a. Uji Linearitas

 $^{^{144}}$ Ibid., hal 37 145 Sugiyono, Statistika untuk Penelitian, Bandung, Alfabeta, 2013, hal 228

Uji linearitas adalah uji yang dilakukan peneliti untuk menguji apakah pola sebaran variabel X dan Y membentuk garis linear atau tidak. Penelitian ini uji linearitas digunakan adalah nilai signifikan. Untuk menguji linearitas tersebut, peneliti menggunakan bantuan SPSS 16.0 for windows. Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka terdapat hubungan linear antar dua variabel. Diketahui bahwa nilai signifikan 0,685 berarti lebih kecil dari 0,05 maka terdapat hubungan linear antara variabel taktik dakwah bu Cita terhadap variabel moral siswa Cita public speaking class.

Tabel 4.25 Tabel Uji Linearitas

40	Jum <mark>lah</mark> Ku <mark>adr</mark> at	df	Rata-rata Kua <mark>dr</mark> at	F	Nilai signifikan
Hubungan (Kombinasi)	53 <mark>4.5</mark> 84	14	38.185	1.948	.112
Linearitas	340.264	1	340.264	17.357	.001
Deviasi Linearitas	194.320	13	14.948	.763	.685
Kelompok	274.450	14	19.604		
Total	809.034	28	7/4		

Untuk tabel hasil penelitian responden diletakkan di bagian lampiran.

Dan berikut adalah hasil general analisis korelasi Variabel X dan Variabel Y:

¹⁴⁶Abdul Muhid. *Analisis Statistik 5 langkah praktis analisis statistic dengan SPSS for Windows*. Sidoarjo. Zifatama. 2012. Hal 117

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.26 Tabel Hasil General Analisis Korelasi Variabel X dan Variabel Y

Correlations

			taktikdakwah	moralsiswa	
	Taktikdakwah	Pearson Correlation	1	.641**	
		Sig. (2-tailed)		.000	
100		N	29	29	
	Moralsiswa	Pearson Correlation	.641 ^{**}	1	
		Sig. (2-tailed)	.000		
		N	29	29	

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

Pengujian Hipotesis penelitian ini menggunakan metode korelasi product moment untuk menguji hubungan antara variabel X, yaitu variabel Taktik Dakwah Bu Cita dengan variabel Y, yaitu variabel Moral Siswa Cita Public Speaking Class.

- Berdasarkan data yang terkumpul, dapat dilakukan pengujian hipotesis dengan membandingkan taraf signifikansi (p-value) dengan galatnya.
 - Jika Signifikansi > 0,05, maka Ho diterima

• Jika Signifikansi < 0,05, maka Ho ditolak

* Keputusan

Kasus ini dapat terlihat bahwa koefisien korelasi adalah 0,641 dengan signifikasi 0,000, karena signifikasi < 0,05.

Jadi: 0,000 < 0,05

Maka: Ho ditolak, berarti Ha diterima.

Artinya: Ada hubungan yang signifikan antara taktik dakwah bu Cita dengan moral siswa Cita Public Speaking Class.

❖ Dengan taraf kepercayaan 0,05 (5%), maka dapat diperoleh harga r table 0,367. 147 Ternyata harga r hitung lebih besar dari pada r tabel.

Jadi : 0,641 > 0,367 sehingga Ho Ditolak dan Ha Diterima.

Artinya: Ada hubungan yang signifikan antara taktik dakwah bu Cita dengan moral siswa Cita Public Speaking Class.

Data dan harga koefisien yang diperoleh dalam sampel diambil atau data tersebut dapat digeneralisasikan pada populasi dimana sampel diambil atau data tersebut mencerminkan keadaan populasi.

Berdasarkan hasil korelasi tersebut juga dapat dipahami bahwa korelasinya bersifat positif, artinya:

Semakin tinggi pengaruh taktik dakwah bu Cita maka akan dibarengi pula moral siswa Cita Public Speaking Class.

- Jika melihat harga koefisien korelasi sebesar 0,641, berarti sifat korelasinya positif yang mantap.
- a. Pengaruh taktik dakwah bu Cita terhadap moral siswa Cita Public
 Speaking Class

-

¹⁴⁷Lihat pada daftar lampiran tabel 2, nilai-nilai r table *product moment* dengan taraf signifikan 0,5 (5%)pada buku milik Abdul Muhid. *Analisis Statistik 5 langkah praktis analisis statistic dengan SPSS for Windows*. Sidoarjo. Zifatama. 2012. Hal 337

Siswa Cita public speaking class dicetak untuk menjadi seorang public speaking yang handal. Public speaking adalah sebuah bidang yang bekerja untuk menyampaikan pesan di depan umum atau orang banyak. Menurut bahasa, berasal dari dua kata dalam bahasa Inggris *public* yang artinya orang banyak, masyarakat umum, rakyat dan *speaking* artinya berbicara. Kata public speaking belum ditemukan di KBBI, namun masyarakat Indonesia sudah tidak asing lagi dan sudah memahami arti kata tersebut. Sedangkan orang yang melakukan kegiatan yang berkaitan dengan ilmu public speaking disebut dengan public speaker.

Ada banyak pilihan jenis dalam bidang public speaking, diantaranya adalah dai, motivator, MC, presenter, pembaca berita, host, moderator, orator, penyiar TV, reporter, juru bicara, dan duta negara. Ada juga jenis public speaking yang tidak dapat dilihat langsung oleh masyarakat tapi masih dapat menyampaikan pesan, yaitu penyiar radio, dan *voice over*. Siswa Cita public speaking pun dituntut untuk dapat menguasai semua jenis ilmu public speaking. Siswa dididik untuk menjadi seorang *islamic public speaker*, yaitu public speaker islami yang bertujuan untuk dakwah, atau dapat dikatakan berdakwah lewat public speaking.

Sekarang ini, akibat dari semakin canggihnya ilmu pengetahuan dan teknologi, membuat segala hal menjadi mudah dan cepat sehingga munculnya beragam cara untuk menyampaikan pesan dengan menggunakan media sosial. Pemanfaatan media sosial ini lebih banyak diminati masyarakat. Karena mudah, murah dan cepatnya akses media sosial saat ini sehingga mulai banyak public speaker khususnya penggiat dakwah yang bermunculan di media sosial. Berbagai taktik atau gaya

yang diterapkan untuk menarik madu atau pengguna media sosial agar tujuan dakwah bisa tersampaikan. Namun masih banyak kekurangan yang cukup dirasa oleh peneliti baik dari public speaker maupun masyarakat jaman sekarang, salah satunya adalah masalah moral.

Semakin canggih iptek juga membawa dampak buruk bagi masyarakat Indonesia. Masalah yang menjadi pusat perhatian adalah masalah moral. Masyarakat di Indonesia terutama di daerah perkotaan besar saat ini dapat ditemukan bahwa moral sebagian masyarakat telah rusak atau mulai merosot. Kemerosotan moral masyarakat terjadi karena sudah sulit untuk menemukan orang yang mendahulukan kepentingan umum daripada kepentingan pribadi. Parahnya adalah orang-orang yang dihinggapi kemerosotan moral itu, tidak saja orang yang telah dewasa, akan tetapi telah menjalar sampai kepada tunas-tunas muda yang diharapkan untuk melanjutkan perjuangan membela nama baik bangsa dan Negara.

Sebenarnya masalah moral dapat diatasi, salah satunya adalah hadirnya seseorang yang mampu dapat dijadikan contoh dan disinilah peran seorang public speaker. Selain menjadi sorotan, public speaker mampu untuk mempengaruhi masyarakat untuk melakukan kebaikan dan merubah keburukan yang telah terbiasa dilakukan, termasuk dalam urusan moral. Cita public speaking class menanamkan pengetahuan tentang moral serta mengajak siswa-siswanya untuk menerapkan di kehidupan nyata. Maka, pertama yang dilakukan siswa Cita public speaking class

_

¹⁴⁸ Kokom St. Komariah, "*Model Pendidikan Nilai Moral bagi Para Remaja Menurut Prespektif Islam*". Jurnal Pendidikan Islam-Ta'lim. Vol. 9 No. 1, 2011, hal 45

¹⁴⁹ Ibid

adalah menumbuhkan moral yang baik untuk diri mereka masing-masing. Langkah awal untuk menarik perhatian mad'u atau masyarakat adalah dengan memiliki karakter yang baik dan kuat. Selanjutnya adalah mengatur strategi agar menemukan taktik yang sesuai dengan pribadi siswa. Taktik dakwah dapat menjadi senjata yang ampuh untuk melawan masalah kemerosotan moral.

Perihal penggalian data, peneliti menggunakan skala likert yang disusun atas indikator pada variabel X dan indikator variabel Y yang dibuat oleh peneliti. Variabel X yaitu pengaruh taktik dakwah bu Cita yang terdiri atas pengetahuan bagaimana penerapan gaya bu Cita memberikan stimulus kepada siswa Cita Public Speaking Class, pengetahuan bagaimana penerapan gaya kekuatan kata yang digunakan oleh bu Cita kepada siswa Cita Public Speaking Class, pengetahuan bagaimana gaya simbolis yang diterapkan oleh bu Cita kepada siswa Cita Public Speaking Class, pengetahuan bagaimana bu Cita menerapkan gaya prestise/wibawa yang ditunjukkan kepada siswa Cita Public Speaking Class, dan pengetahuan bagaimana gaya sensasi/persepsi bu Cita yang ditunjukkan kepada siswa Cita Public Speaking Class. Sedangkan indikator Y adalah moral siswa Cita public speaking, terdiri dari pengetahuan siswa Cita Public Speaking Class tentang kesadaran untuk mempunyai aturan dalam sebuah perilaku, pengetahuan siswa Cita Public Speaking Class tentang moral sebagai penentu pembentukan karakter seseorang, pengetahuan siswa Cita Public Speaking Class tentang moral sebagai pengembangan kea rah positif, pengetahuan siswa Cita Public Speaking Class tentang kesadaran akhlak dan etika, dan pengetahuan

99

siswa Cita Public Speaking Class tentang moral sebagai ajaran

wejangan/saran agar menjadi manusia yang baik. Berdasarkan indikator

pada judul yang diangkat oleh peneliti, dapat dijelaskan bahwa hasil

penelitian menurut perhitungan menggunakan bantuan SPSS 16 for

Windows, sebagai berikut:

❖ Pengujian Hipotesis dengan membandingkan taraf signifikansi (p-

value) dengan galatnya:

Jika Signifikansi > 0,05, maka Ho diterima

Jika Signifikansi < 0,05, maka Ho ditolak

Rumus Hipotesis:

Ha: Terdapat pengaruh antara taktik dakwah bu Cita terhadap moral

siswa Cita public speaking class.

Ho: Tidak terdapat pengaruh antara taktik dakwah bu Cita terhadap

moral siswa Cita public speaking class.

Menentukan Korelasi X dengan Y adalah sebesar 0,641 dengan

signifikansi 0,000, karena signifikansi (lebih kecil) < 0,05. Dengan

demikian dapat dikatakan terdapat hubungan yang kuat (dengan arah

positif) dan signifikan (p-value < 0,05) antara pengaruh antara taktik

dakwah bu Cita terhadap moral siswa Cita public speaking class.

Maka: 0,000 < 0,05

Jadi: Ha diterima, Ho ditolak

Jadi, terdapat pengaruh antara taktik dakwah bu Cita terhadap moral

siswa Cita public speaking class.

❖ Apakah koefisien korelasi *product moment* tersebut signifikan (dapat

digeneralisasikan) atau tidak, maka perlu dibandingkan dengan r

table.¹⁵¹ Dengan taraf kepercayaan 0,05 (5%), maka dapat diperoleh harga r table yakni, 0,367.¹⁵² Ternyata harga r hitung lebih besar dari pada r table.

Pengujian:

- Jika r hitung > r table, maka Ho ditolak
- Jika r hitung < r table, maka Ho diterima

Rumus Hipotesis:

Ha: Ada hubungan yang signifikan antara taktik dakwah bu Cita dengan moral siswa Cita public speaking class.

Ho: Tidak ada hubungan yang signifikan antara taktik dakwah bu Cita dengan moral siswa Cita public speaking class.

Jadi: 0,641 > 0,367 sehingga Ho ditolak dan Ha diterima.

Artinya: Ada hubungan yang signifikan antara taktik dakwah bu Cita dengan moral siswa Cita public speaking class.

Data dan harga koefisien yang diperoleh dalam sampel diambil atau data tersebut dapat digeneralisasikan pada populasi dimana sampel diambil atau data tersebut mencerminkan keadaan populasi.

Berdasarkan hasil koefisien korelasi tersebut juga dapat dipahami bahwa korelasinya bersifat positif, artinya:

Semakin tinggi pengaruh taktik dakwah bu Cita maka akan dibarengi dengan semakin tinggi pula moral siswa Cita public speaking class.

Dengan memperhatikan harga koefisien korelasi sebesar 0,641, berarti sifat korelasinya positif yang mantap.

¹⁵¹ Ibid

¹⁵² ibid

Besar pengaruh taktik dakwah bu Cita terhadap moral siswa Cita Public
 Speaking Class

Berdasarkan nilai r dihitung, dapat diketahui bahwa besarnya koefisien regresi antara X dengan Y adalah sebesar 0,641. Meski demikian, variabel X hanya memberikan kontribusi dalam mempengaruhi variabel Y adalah sebesar 64,1%. Hal ini ditunjukkan oleh nilai r hitung sebesar 0,641. Maka, besarnya sumbangan atau kontribusi variabel X dalam mempengaruhi variabel Y adalah sebesar 64,1%, sedangkan sisanya, 35,9% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari penelitian ini membuktikan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara taktik yang digunakan bu Cita dengan moral siswa Cita public speaking class. Dengan demikian berarti bahwa taktik yang digunakan bu Cita sangat berhubungan dengan moral siswa Cita public speaking class atau dapat dikatakan taktik dakwah dapat mempengaruhi moral seseorang. Hal ini dapat menjadi solusi untuk masalah kemerosotan moral masyarakat. Berdasarkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,641, dimana harga korelasinya bersifat positif, maka semakin tinggi pengaruh media taktik dakwah bu Cita maka akan dibarengi dengan semakin tinggi pula moral siswa Cita public speaking class.

Nilai r hitung didapatkan dari penelitian yang telah dilakukan adalah sebesar 0,641, maka besarnya sumbangan atau kontribusi variabel X (taktik dakwah bu Cita) dalam mempengaruhi variabel Y (moral siswa Cita public speaking class) adalah sebesar 64,1% dan pengaruhnya positif yang mantap, sedangkan sisanya adalah 35,9% karena dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain.

B. KONSEKUENSI TEORITIS

Penelitian ini merupakan penelitian yang membahas tentang penggunaan taktik dengan mengoptimalkan kemampuan pada kepribadian individu melalui pemilihan leksikon, konotasi, intonasi, denotasi dan *body language* dapat berpengaruh secara efektif terhadap audiens.

C. SARAN

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi responden

Menurut hasil penelitian yang menunjukkan bahwa taktik dakwah dapat mempengaruhi moral, maka diharapkan kepada responden untuk lebih menambah referensi agar mendapatkan ilmu pengetahuan mengenai bagaimana berdakwah yang efektif. Selain itu juga dapat memperluas wawasan dalam hal berpublic speaking, berdakwah serta bagaimana mengatasi masalah moral masyarakat, khususnya masyarakat Indonesia.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan agar lebih teliti dan mendalam terkait menemukan masalah moral di dalam masyarakat. Kemudian dihubungkan dengan bagaimana cara untuk mengatasinya.

DAFTAR PUSTAKA

• Dari Buku

Aziz, Moh Ali. 2004. Ilmu Dakwah. Jakarta: Kencana Prenada Group, Edisi Revisi

Al Qathani, Said.2006. Menjadi Dai Sukses. Jakarta: Qisthi Press

Ilaihi, Wahyu. 2010. Komunikasi Dakwah. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Maksum, Ali. 2014. Sosiologi Pendidikan. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press

Bungin, Burhan. 2013. Metodologi Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Kencana Prenada Group, Edisi Kedua

Sagala, Syaiful. 2013. Etika dan Moralitas Pendidika; Peluang dan Tantangannya, Jakarta: Kencana Pranedamedia Group

Kesuma, Dharma dkk. 2013. Pendidikan Karakter; Kajian Teori dan Praktik di Sekolah, Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Hazlitt, Henry. 2003. Dasar-Dasar Moralitas. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Muslich, Masnur. 2011. Pendidikan Karakter; Menjawab Tantangan Krisis Multi dimensional. Jakarta: PT Bumi Aksara

Narwoko, J. Dwi dan Bagong Suyanto. 2004. Sosiologi: Teks Pengantar dan Terapan, Jakarta: Prenada Media

Saputra, Wahidin. 2011. Pengantar Ilmu Dakwah. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Suhandang, Kustadi. 2013. Ilmu Dakwah. Bandung: Remaja Rosdakarya

Morissan. 2013. Teori Komunikasi Individe hingga Massa. Jakarta: Kencana Pranedamedia Group

Hikmat, Mahi M. 2011. Metodologi Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra. Yogyakarta: Graha Ilmu

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta

Arikunto, Suharsimi. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta

Singarimbun, M dan S. Effendi. 1998. Metode Penelitian Survei. Jakarta: LP3ES

Azwar, Saifuddin. 1997. Reliabilitas dan Validitas. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Azwar, Syaifuddin. 2006. Penyusunan Skala Psikologi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Azwar, Syaifuddin. 2014. Penyusunan Skala Psikologi edisi 2. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Ridwan dan Akdon. 2007. Rumus dan Data dalam Analisis Statistika. Bandung: Alfabeta

Arikunto, Suharsimi. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta

Suharmad, Winarno. 1982. Pengantar Penelitian Ilmiah. Bandung: Transito Muhid, Abdul. 2012. Analisis Statistik 5 langkah praktis analisis statistic dengan SPSS for Windows.Sidoarjo: Zifatama

Munir, M dan Wahyu Ilaihi. 2006. Manajemen Dakwah. Jakarta: Prenada Media Faizah dan Lalu Muchsin Effendi. 2006. Psikologi Dakwah. Jakarta: Prenada Media Lyons, John. 1998. Pengantar Teori Linguistik. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama Dardjowidjojo, Soenjono. 2003. Psikolinguistik. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia

Dari Jurnal

Kokom St. Komariah. 2011. "Model Pendidikan Nilai Moral bagi Para Remaja Menurut Prespektif Islam". Jurnal Pendidikan Islam-Ta'lim. Vol. 9 No. 1

Ajat Sudrajat. 2011. "Mengapa Pendidikan Karakter?". Jurnal Pendidikan Karakter, Tahun I, Nomor 1

A Sunarto AS. 2013. "Kyai dan Prostitusi: Pendekatan Dakwah KH Muhammad Khoiron Suaeb di Lokalisasi Kota Surabaya". Jurnal Komunikasi Islam. Vol. 3, No. 2

Ajat Sudrajat. 2011. "Mengapa Pendidikan Karakter?". Jurnal Pendidikan Karakter, Tahun I, Nomor 1

Yusuf, MY. 2015. "Dai dan Perubahan Sosial Masyarakat". Jurnal Al-Ijtimaiyyah. Vol. 1 No. 1

M Anis Bachtiar. 2013. "Dakwah Kolaboratif Model Alternatif Komunikasi Islam Kontemporer". Jurnal Komunikasi Islam. Vol. 03 No. 01

