

## PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

# Skripsi oleh:

Nama: Nur Indah Yati

NIM : B01208024

Judul : Pengaruh Facebook Terhadap Aktifitas Dakwah Pada Mahasiswa Jurusan

Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Sunan Ampel Surabaya

Ini diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya 12 Juni 2012

Pembimbing,

Yusuf Amrozy, MMT NIP.197607032008011014

# PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI Skripsi oleh Nur Indah Yati ini Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

# Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Mengesahkan, Surabaya 23 Juli 2012

Dekan,

Dr.H. Aswadi, M. Ag /3 NIP. 196004121994031001

Ketua.

Yusuf Amrozy, MMT NIP.197607032008011014

Sekertaris,

M. Arlis Bachtiar, M.Fil.I

NIP. 196912192009011002

Prof. Dr. H. Moch. Ali Aziz, M. Ag

NIP. 19570609183031003

Penguji II,

Drs. H. Sunarto AS. M. E.

NIP. 195912261991031001

#### ABSTRAK

Nur Indah Yati, NIM B01208024, 2012, DAKWAH MELALUI JEJARING SOSIAL (Pengaruh Facebook Terhadap Aktifitas Dakwah Pada Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Sunan Ampel Surabaya). Skripsi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci: Facebook, Aktifitas, Dakwah.

Masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah 1.Sejauh mana pengaruh facebook pada mahasiswa jurusan KPI IAIN Sunan Ampel Surabaya?. 2.Sejauh mana aktifitas dakwah ada mahasiswa jurusan KPI IAIN Sunan Ampel Surabaya?. 3. Apakah ada pengaruh facebook aktifitas dakwah pada mahasiswa jurusan KPI IAIN Sunan Ampel Surabaya?.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif – eksplanatif, yakni metode penelitian yang menjelaskan hubungan antara dua variable atau lebih untuk menguji hipotesis. Format eksplanasi di maksud untuk menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh suatu variabel dengan variabel yang lain. Kerena itu penelitian eksplanasi menggunakan sampel dan hipotesis.

Tehnik pengumpulan data menggunakan kuisioner atu angket baik untuk variabel bebas (x) dan variabel terikat (y), dengan mengambil sampel sebanyak 33 orang. Setelah data terkumpul dan dihitung, kemudian dianalisa dengan meggunakan rumus product moment  $(r_{xy})$ . Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa pengaruh facebook tergolong kurang baik dengan prosentase 47% karena masuk pada kategori 40%-55% dan aktifitas dakwah tergolong tidak baik dengan jumlah prosentase 24,8%, karena masuk pada kategori <40%. Sedang dari analisa *product moment* menunjukkan adanya korelasi sangat rendah antara pengaruh facebook terhadap aktifitas dakwah, karena mempunyai nilai 0,08 dan masuk pada kategori 0,00-0,20.

# **DAFTAR ISI**

Halaman Juduli
Persetujuan Pembimbingii
Pengesahan Tim Pengujiiii
Mottoiv
Abstrakv
Kata Pengantarvi
Daftar Isiviii
Daftar Tabelx
Daftar Baganxii
BAB I: PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah1
B. Rumusan Masalah8
C. Tujuan Penelitian
D. Hipotesis
E. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan
F. Kegunaan Penelitian
G. Definisi Operasional
H. Sistematika Pembahasan

#### **BABI**

#### **PENDAHULUAN**

#### A. Latar Belakang Masalah

Sebagai makhluk sosial manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Keinginan untuk mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tahu memaksa manusia perlu berkomunikasi. Dalam hidup bermasyarakat, orang yang tidak pernah berkomunikasi dengan orang lain niscaya akan terisolasi dari masyarakatnya. Pengaruh keterisolasian ini kan menimbulkan depresi mental yang pada akhirnya membawa orang kehilangan keseimbangan jiwa. Oleh sebab itu menurut Dr. Everett Kleinjen dari East West Center Hawaii, komunikasi sudah merupakan bagian kekal dari kehidupan manusia seperti halnya bernafas. Sepanjang manusia ingin hidup, ia perlu berkomunikasi. <sup>1</sup>

Pada umumnya manusia untuk berkomunikasi membutuhkan beberapa media atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Misalnya melalui media televisi, radio, surat kabar, majalah, film bahkan media online atau internet.

Penciptaan internet sendiri berasal dari jaringan computer Departemen Pertahanan AS yang diciptakan pada 1969 yang di sebut ARPAnet, singkatan dari Advanced Research Project Agency Network.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Hafied Canggara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 1998) h. 1

Pentagon membangun jaringan untuk bertukar informasi dengan kontraktor militer dan universitas yang melakukan riset militer. Pada tahun 1983, *National Science Foundation*, yang diberi tugas mempromosikan sains, mengambil alih proyek ini.

Jaringan *National Science Foundation* ini menarik lebih banyak pengguna, banyak diantaranya yang punya jaringan internal sendiri. Misalnya, kebanyakan universitas yang bergabung dengan jaringan NSF punya jaringan computer intrakampus. Jaringan NSF ini kemudian menjadi konektor untuk ribuan jaringan lainnya. Untuk system *backbone* yang menghubungkan jaringan-jaringan, Internet adalah nama yang tepat.<sup>2</sup>

Internet berasal dari kepanjangan *International Connection*Networking. International berarti global atau seluruh dunia. Connection
berarti hubungan komunikasi dan Networking berarti jaringan. Dengan demikian internet adalah suatu sistem jaringan komunikasi (berjuta komputer) yang terhubung di seluruh dunia.<sup>3</sup>

Berkembangnya teknologi informasi dan telekomunikasi di Indonesia sejak awal tahun 2000-an mendorong masyarakat Indonesia untuk lebih aktif di dunia maya saat ini, segala sesuatu dilakukan secara *on-line* baik itu komunikasi sosial, politik bahkan ekonomi. Internet kini tidak lagi digunakan sebatas meng-akses jejaring sosial saja. Namun, telah mendorong terciptanya media informasi yang bersifat realtime, tidak hanya itu media ini juga memiliki karakteristik yang berbeda dengan

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> John Vivian, *Teori Komunikasi Massa*. (Jakarta: Kencana, 2008) h.266

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*. (Jakarta : Kencana Prenada Media Group. 2009) h.420

media massa konvensional, selain karena kemampuannya menyajikan informasi yang bersifat realtime, media internet juga memiliki kemampuan lain, yaitu kemudahan masyarakat yang mengakses untuk memberikan *feedback* secara langsung mengenai informasi yang disajikan.<sup>4</sup>

Salah satu generasi internet adalah facebook. Melalui facebook, orang bisa mengenal satu sama lain lebih jauh, hanya dengan melihat profil, teman – teman, aktivitas, dan juga melalui foto yang mereka tampilkan. Facebook merupakan cerminan kepribadian dari si pemililik account dengan adanya aplikasi – aplikasi yang banyak dan unik, sehingga bisa dikatakan facebook sebagai identity play. Saat ini facebook begitu popular. Melalui facebook, seseorang bisa menandakan eksistensi dirinya di dunia maya. Ia dapat menampilkan aktivitas dan suasana hatinya. Eksistensi diri yang dilakukan facebookers (pengguna facebook) melalui update status maupun pengunggahan foto-foto pribadi jika diperhatikan lebih dalam juga merupakan bagian dari aktivitas yang dilakukan facebookers untuk menampilkan dirinya di mata pengguna yang lain di facebook.<sup>5</sup>

Account facebook yang dimiliki tiap orang mempunyai tujuan yang berbeda sesuai kebutuhan mereka, ada orang yang menggunakan facebook sesuai dengan fungsinya tanpa memainkan identitasnya namun ada juga yang memainkan screen name (nama saraman), karena sebagian besar

<sup>4</sup>Catur Ariadie, http://caturariadie.com/ilmu-komunikasi/media-nirmassa-sebagai-media-informasi-cyber-community.html. di akses tanggal 29 April 2012

<sup>5</sup> AnneAhira, http://www.anneahira.com/pengertian-facebook.htm, di akses tanggal 26 Oktober 2011

.

remaja memiliki *email address* lebih dari satu dan hal tersebut menyebabkan remaja memiliki beberapa *account social network* dan *screen name*.

Mencari teman-teman lama yang sudah kehilangan kontak adalah motivasi sebagian besar pengguna untuk bergabung dengan facebook. Menyambung kembali tali silaturahmi yang sempat terputus menjadi tujuan utama mayoritas pengguna facebook di Indonesia. Dan fasilitas yang disediakan di facebook memungkinkan pengguna untuk melacak teman-teman lama yang bahkan hampir mustahil di hubungi dengan cara tatap muka biasa. Bahkan dari tahun ke tahun facebook telah meriset perubahan tampilan yang membuat pengguna lebih mudah untuk mencari teman-teman mereka lewat dunia maya.

Facebook merupakan salah satu jejaring sosial yang banyak dinikmati oleh berbagai kalangan, baik kalangan muda maupun kalangan tua saat ini. Penggunaan facebook saat ini sangat berkembang pesat mengikuti gaya atau mode teknologi yang terus berkembang pesat. Pada mulanya komunikasi melalui internet hanya dapat dinikmati melalui *chatting room* dan sejenisnya, kemudian *social network* berkembang melalui tampilan yang lebih interaktif dan menggoda (contoh, *Friendster*) dan saat ini lebih disempurnakan lagi di dalam salah satu media komunikasi yang tampilannya lebih komplek seperti facebook.<sup>7</sup>

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> Tony Hendroyono. *Facebook Haram? Beginilah Cara Menghalalkannya.* (Yogyakarta: PT.Bentang Pustaka. 2009) h.14

<sup>&</sup>lt;sup>7</sup> Jefri , http://www.serdadu 17.com/ Pemanfaatan Jejaring Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Sosial (Komsos) TNI AD, di akses tanggal 26 Oktober 2011

Menurut Dr. Hedi Pudjosantoso facebook di anggap sebagai *Cultural Studies*. Beliau mengamati sehingga mempunyai penilaian bahwa facebook sudah menjadi media dalam segi budaya. Facebook telah mengambil alih nilai-nilai yang berlaku di masyarakat. Contohnya: Orang yang tidak berani berbicara dengan tatap muka secara langsung, kini menjadi percaya diri dan nyaman ketika berkomunikasi melalui facebook.<sup>8</sup>

Mungkin bagi orang-orang yang mempunyai tingkat percaya diri yang tergolong rendah, facebook merupakan suatu program atau salah satu aplikasi jaringan sosial yang bisa di jadikan sebagai tempat untuk menuangkan berbagai macam perasaan. Selain itu juga bisa menimbulkan rasa percaya diri meskipun hanya berkomunikasi didunia maya.

Dalam perkembangannya, facebook menjadi wadah pola komunikasi masyarakat modern dengan gaya hidup individualis yang intensitas komunikasi personal secara langsung sangatlah minim. Kebutuhan manusia untuk berkomunikasi tidak bisa di tawar lagi, karena komunikasi itu penting untuk mengembangkan konsep diri, aktualisasi diri, kelangsungan hidup, kebahagian, terhindar dari tekanan dan ketegangan antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain. <sup>9</sup>

Jika di kaitkan dengan komunikasi, maka facebook bisa di kategorikan sebagai komunikasi massa. Entah di sadari atau tidak, kita menggunakan model – model komunikasi pada saat kita secara sistematis

<sup>&</sup>lt;sup>8</sup> Khoe, Tung, *Teknologi Jaringan Internet*. (Yogyakarta: PT. Andi. 2001) h. 24

<sup>&</sup>lt;sup>9</sup> Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikas Suatu Pengantar*. (Bandung: Rosdakarya, 2005) h.5

memikirkan, menvisualisasikan, atau membahas berbagai macam struktur atau proses, di masa lalu, sekarang, atau yang akan datang. Keefektifan aktifitas seperti itu sebagian besar bergantung pada sejauh mana kesesuaian model kita dengan sesuatu yang inginkan.

Di dalam komuniksi massa terdapat media massa. Media massa terdiri dari majalah, radio, film, televisi dan internet. Alat-alat ini di gunakan dalam proses komunikasi massa. Alat tersebut memiliki fungsi sosial yang kompleks. Di sini facebook termasuk media massa yang merupakan bagian dari internet, di mana facebook sebagai situs jejaring sosial yang memiliki fungsi yang kompleks. Kebanyakan media memberi pengaruh melalui opini atau pendapat. Koran dan majalah amat penting sebagai tempat penuangan suatu opini. Bagi publik, televisi lebih di sukai sebagai sumber berita dan pengetahuan. Selain itu media online juga tidak kalah menariknya. Dengan menggunakan media ini, sumber yang di dapat lebih banyak dan lebih cepat.

Berbagai macam cara aktifitas komunikator menyampaikan pesan kepada komunikannya dan tak bisa terlepes dari media. Dalam penyampaian pesan melalui media facebook, komunikator atau "Facebooker" bisa menuangkan opini atau yang bisa di sebut "Update Status" dalam dunia facebook. Namun isi pesan yang di tuangkan itu tergantung pada facebooker nya. Ada yang hanya sekedar bermain-main saja, memberikan informasi kepada teman facebook yang lain dan ada juga yang menjadikan facebook sebagai media komunikasi dakwah. Secara

tidak langsung para facebooker yang meng-*update* status tentang dakwah, itu sudah merupakan sebuah aktifitas dakwah.

Kegiatan sebagai aktifitas dakwah dapat dilakukan dengan membuat jaringan-jaringan tentang islam atau sering di sebut dengan *cybermuslim* atau *cyberdakwah*. Masing-masing *cyber* tersebut menyajikan dan menawarkan informasi islam dengan berbagai fasilitas dan metode yang beragam variasinya. <sup>10</sup>

Berikut ini adalah nama-nama group facebook yang menjadikan facebook sebagai media dakwah adalah: Group Terong Gosong, Group Sholat Malam, Group Yuk Sholat, Yuk Sholat Dhuha, Group Komunitas Pengusaha Muslim Indonesia, Group Renungan Kisah Inspiratif, Group Gemar Membaca Al-Qur'an, Belajar Adab-adab Sunnah Rasullulah, Ali Ridlo, Group eDakwah, Membumikan As-Sunnah, Liqo Online Al-Izzah dan Forum diskusi Alumni Pesantren Persis Bangil.

Jika di hubungkan dengan dakwah, maka facebook merupakan dakwah bit-Tadwin atau bi al-Qalam yakni dakwah yang melalui tulisan. Dakwah bit-Tadwin ini biasanya menerbitkan buku, kitab-kitab, majalah, internet, koran dan tulisan-tulisan yang mengandung pesan dakwah yang sangat penting dan efektif.<sup>11</sup>

Dari latar belakang di atas, peneliti ingin mengangkat tema dengan judul skripsi "Pengaruh Facebook Terhadap Aktifitas Dakwah Pada

Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*.. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2009) h.422

 $<sup>^{11}</sup>$  Mas Edi Sugianto , http://www.ulilalbab.com/2011/05/dakwah-dengan-teladan-amal perbuatan.html. di akses tanggal 30 Maret 2012

Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam di Iain Sunan Ampel Surabaya"

#### B. Rumusan Masalah

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

- a. Sejauh mana pengaruh facebook pada mahasiswa jurusan komunikasi penyiaran islam di IAIN Sunan Ampel Surabaya?
- b. Sejauh mana aktifitas dakwah pada mahasiswa jurusan komunikasi penyiaran islam IAIN Sunan Ampel Surabaya?
- c. Apakah ada pengaruh facebook terhadap aktifitas dakwah Pada mahasiswa jurusan komunikasi penyiaran islam IAIN Sunan Ampel Surabaya?

#### C. Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah yang sudah di sebutkan, maka tujuan penelitian ini adalah:

"Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Facebook Terhadap Aktifitas Dakwah Mahasiswa Jurusan KPI di IAIN Sunan Ampel Surabaya"

#### **D.** Hipotesis

Hipotesa berasal dari dua kata "hypo" yang artinya dibawah dan "thesa" yang artinya kebenaran yang kemudian cara menuliskannya disesuaikan dengan ejaan bahasa indonesia menjadi hipotesa dan berkembang menjadi hipotesis.

Hipotesa dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti malaui data yang terkumpul.<sup>12</sup>

Sedangkan menurut Sutrisno Hadi, hipotesis adalah dugaan mungkin benar atau mungkin salah, ditolak bila salah dan diterima bila fakta-fakta memberikannya. Penolakan dan penerimaan hipotesis sangat tergantung pada hasil penelitian terhadap fakta yang ditimbulkan.<sup>13</sup>

Adapun hipotesa dalam penelitian ini adalah:

 Hipotesa kerja (Ha): menyatakan adanya hubungan yang signifikan antara variabel X dan variabel Y, atau adanya perbedaan antara dua kelompok.<sup>14</sup>

Yaitu aktifitas facebook sebagai media komunikasi dakwah, dengan rumusan:

- Adanya pengaruh facebook terhadap aktifitas dakwah pada
   Mahasiswa Jurusan KPI IAIN Sunan Ampel Surabaya.
- Tidak ada pengaruh facebook terhadap aktifitas dakwah
   Mahasiswa Jurusan KPI IAIN Sunan Ampel Surabaya.
- 2. Hipotesis Nol (Ho): menyatakan tidak adanya perbedaan antara dua variabel atau tidak adanya efektif variabel X terhadap variabel Y, yaitu pengaruh facebook terhadap aktifitas dakwah.

٠

<sup>&</sup>lt;sup>12</sup> Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1996) h.61

<sup>&</sup>lt;sup>13</sup> Sutrisno Hadi, *Metodologi Reseach Jilid I*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1980) h. 63

<sup>&</sup>lt;sup>14</sup> Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, h.73

#### E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan.

Untuk menghindari perluasan masalah dalam pembahasan skripsi ini sekaligus untuk mempermudah pemahaman, maka dalam penulisan skripsi ini dibatasi hanya akan membahas tentang pengaruh facebook terhadap aktifitas dakwah pada mahasiswa jurusan KPI IAIN Sunan Ampel Surabaya. Apabila ada permasalahan diluar pembahasan tersebut maka sifatnya hanyalah sebagai penyempurna sehingga pembahasan ini sampai pada sasaran yang dituju.

Pada penelitian ini berjudul pengaruh facebook terhadap aktifitas dakwah pada mahasiswa jurusan KPI di IAIN Sunan Ampel Surabaya. Jadi variabel yang diteliti adalah variabel X atau variabel bebas yaitu facebook. Sedangkan variabel terikatnya adalah aktifitas dakwah, dan peneliti memilih mahasiswa jurusan KPI di IAIN Sunan Ampel Surabaya sebagai sebagai subjek penelitian.

Populasi dan sampel dalam penelitian kuantitatif merupakan istilah yang sangat lazim dipakai. Populasi diartikan sebagai jumlah kumpulan unit yang akan diteliti karakteristik atau cirinya. Populasi yaitu keseluruhan sasaran yang seharusnya diteliti dan pada populasi itu hasil penelitian diberlakukan. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui pengaruh facebook terhadap aktifitas dakwah dengan populasi dari seluruh Mahasiswa jurusan KPI IAIN Sunan Ampel Surabaya yang berjumlah 220 Mahasiswa tahun ajaran 2008-2011.

<sup>15</sup> H. Moh Kasiram, *Metodologi Penelitian Kualitatif – Kuantitatif*, (Yogyakarta: UIN Maliki Press, 2010) h.257

.

Adapun sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti secara mendalam. Sampel diambil bila kita merasa tidak mampu meneliti seluruh populasi. Syarat utama sampel adalah mewakili populasi. Oleh karena itu, semua ciri-ciri populasi harus diwakili dalam sampel. Dalam penelitian ini, mahasiswa jurusan KPI di IAIN Sunan Ampel Surabaya akan dijadikan sebagai sampel dengan jumlah 33 mahasiswa sesuai dengan ketentuan dan perhitungan pengambilan sampel.

IAIN Sunan Ampel Surabaya berada di Jl. Jend. Ahmad Yani 117 Surabaya. Alamat e-mail dakwah@sunan-ampel.ac.id atau http://dakwah.sunan-ampel.ac.id. Jurusan KPI terletak di fakultas dakwah dan merupakan salah satu jurusan di fakultas dakwah. Di jurusan KPI ada 3 konsentrasi yaitu Jurnalistik, Retorika Dakwah, dan Radio Televisi Dakwah.

## F. Kegunaan Penelitian

#### 1. Manfaat Teoritis

- a. Menambah pengetahuan tentang manfaat facebook beserta dampak negatif dan positif nya.
- b. Menambah wawasan informasi bahwa facebook sebagai sebagai salah satu jejaring sosial yang merupakan perkembangan IPTEK.

<sup>16</sup> Ibid,. 258

#### 2. Manfaat Praktis

- Memberikan pengetahuan kepada remaja tentang penggunaan facebook dan mengetahui apa saja manfaat dalam penggunaannya.
- b. Memperluas dan menjadikan facebook sebagai aktifitas dan tempat pertukaran serta menyebarkan informasi yang berkaitan dengan dakwah-dakwah islam.
- c. Memanfaatkan facebook untuk memperluas pergaulan, menambah teman, memakai untuk berbisnis, dan ada juga yang menggunakannya untuk berkampenye.
- d. Bagi fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya khusus nya jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, penelitian ini bisa di jadikan tambahan literatur keilmuan untuk pembinaan dan pengembangan jurusan.

## G. Definisi Operasional

Untuk mendapatkan pemahaman khusus dan menghindari kesalah pahaman dalam menarik suatu makna dan persepsi setelah membaca judul yang telah di sajikan, maka di sini penulis akan menjelaskan definisi konsep sesuai dengan judul yang di angkat.

#### 1. Pengaruh Facebook

Pada jaman sekarang ini facebook sudah meyebar luas di kalangan masyarakat. Dan pastinya sudah terdapat pengaruh yang signifikan dalam penggunaannya. Pengaruh adalah daya yang ada atau yang timbul dari sesuatu (orang, benda, dan ssebagainya) yang berkuasa atau yang berkekuatan. <sup>17</sup>Seperti yang kita ketahui bersama, bahwa facebook adalah hasil kemajuan teknologi dari internet. Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial dan situs *web* yang diluncurkan pada Februari 2004. Pada Januari 2011, facebook memiliki lebih dari 600 juta pengguna aktif. Pengguna dapat membuat profil pribadi, menambahkan pengguna lain sebagai teman dan bertukar pesan, termasuk pemberitahuan otomatis ketika mereka memperbarui profilnya. Selain itu, pengguna dapat bergabung dengan group pengguna yang memiliki tujuan tertentu, diurutkan berdasarkan tempat kerja, sekolah, perguruan tinggi, atau karakteristik lainnya. <sup>18</sup>

Facebook layaknya virus yang cepat menyebar di seluruh dunia. Facebook menimbulkan efek candu dan mempunyai aktifitas yang besar sehingga pengguna betah berlama-lama di depan komputer untuk mengakses situs ini. Sebuah riset yang di lakukan oleh GSM Association mengumumkan, rata-rata pengguna facebook menghabiskan sekitar 30 menit dalam satu harinya untuk melihat status teman jaringan mereka. 19

#### 2. Aktifitas Dakwah

Menurut WJS Poerwadarmita, pengertian dari aktifitas adalah keaktifan kegiatan, kesibukan kerja atau salah satu kegiatan kerja yang

<sup>17</sup> Poerwodarminto, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 1993) h. 731

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

<sup>&</sup>lt;sup>18</sup> Akhie Muftie Al-Furqon, http://akhiemuftie.blogspot.com/2011/09/ketike-facebook-menjadi-lebih-bernilai.html, di akses tanggal 7 Nopember 2011

<sup>&</sup>lt;sup>19</sup>Tony Hendroyono, *Facebook Haram? Beginilah Cara Menghalalkannya*. (Yogyakarta: PT.Bentang Pustaka. 2009) h. 1

dilaksanakan dalam tahp-tahap bagian.<sup>20</sup> Dalam kamus praktis bahasa Indonesia aktifitas merupakan suatu keaktifan atau kegiatan yang dilaksanakan dalam tiap-tiap bagian dalam perusahaan.<sup>21</sup>

Secara garis besar Faktor yang melandasi aktifas ada dua macam yaitu:

a. Faktor Internal yaitu sebuah faktor yang timbul dari dalam diri sendiri, seperti rasa aman, kesehatan, kemampuan minat dan sebagainya. Faktor internal di bagi menjadi dua macam yaitu faktor fisiologis dan faktor psikologis.

Faktor fisiologis adalah faktor yang berhubungan dengan jasmani seseorang. Misalnya fungsi organ-organ, susunan- susunan, dan bagian-bagia<mark>n yang berbeda</mark> dalam organisasi kehidupan.

Sedangkan faktor psikologis adalah faktor yang berhubungan dengan kondisi psikis atau kejiwaan, mental, rohaniah individu, seperti intelegensi, perhatian, minat, bakat, kematangan emosi dan lain-lain.

Faktor Eksternal yaitu sebuah faktor yang datang dari luar, misalnya fasilitas dakwah yang tidak memenuhi syarat, alat – alat dakwah yang tidak memadai baik dari lingkungan maupun alam lainnya.<sup>22</sup> Seperti yang dikatahui bersama bahwa alat atau media merupakan hal yang penting untuk menyampaikan suatu pesan dan

<sup>&</sup>lt;sup>20</sup> WJS. Pooerwardamita, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1993)

h. 17

<sup>&</sup>lt;sup>21</sup> Dr. Hartono, Kamus Praktis Bahasa Indonesia, (Jakarta: PT.Rineka Cipta, 2000) h. 5

<sup>&</sup>lt;sup>22</sup> Dewa ketut Sukardi, Suatu Bimbingan dan Penyuluhan, (Surabaya: Usaha Nasional, 1983) h.30

sebagai penunjang aktifitas-aktifitas kita. Media adalah alat atau perantara dalam proses penyampaian isi pernyataan pesan (message) dari komunikator kepada komunikan untuk penyampaian umpan balik (feedback) dari komunikan kepada komunikator.<sup>23</sup> Dengan kata lain media mempunyai hal yang erat dengan komunikasi dan menjadi penunjang dalam aktifitas apapun.

Di tinjau dari segi etimologi atau asal kata (bahasa) dakwah berasal dari Bahasa Arab, yang berarti panggilan, ajakan atau seruan. Sedangkan dalam tata bahasa arab, kata dakwah berasal dari fi'il (kata kerja) "da'a-yad'u" artinya memanggil, mengajak atau menyeru.<sup>24</sup>

Dakwah menurut arti istilahnya mengandung beberapa arti yang beraneka ragam. Banyak ahli ilmu dakwah dalam memberikan pegertian atau definisi terhadap istilah dakwah terdapat beraneka ragam pendapat. Hal ini tergantung pada sudut pandang mereka di dalam memberikan pengertian kepada istilah tersebut. Sehingga antara definisi menurut ahli yang satu dengan yang lainnya senantisa terdapat perbedaan dan kesamaan.

Dalam Al-Qur'an surat An Nahl 125 di sebutkan bahwa dakwah adalah mengajak umat manusia ke jalan Allah dengan dengan cara yang bijaksana, nasehat yang baik serta berdebat dengan cara yang baik pula.

\_\_\_

h.1

<sup>&</sup>lt;sup>23</sup> Hoeta Sochoet, *Media Komunikasi* (Jakarta: Yayasan Kampus Tercinta-IISIP, 2003)

<sup>&</sup>lt;sup>24</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al Ikhlas. 1983) h.17

ٱذُ عُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِٱلْحِكُمَةِ وَٱلْمَوْعِظَةِ ٱلْحَسَنَةَ وَجَدِلُهُم بِٱلَّتِى هِىَ أَحُسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُو أَعُلَمُ بِٱلْمُهُتَدِينَ أَحُسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُو أَعُلَمُ بِٱلْمُهُتَدِينَ

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

Tapi maksud dakwah di sini lebih di tekankan kepada dakwah melalui tulisan atau dakwah bit-Tadwin atau dakwah bi al-Qalam. Mengingat facebook sebagai media dan sebagai alat dalam penyampaian pesan komunikasi dakwah. Dan dakwah ini di jadikan sebagai suatu aktifitas dakwah melalui media facebook sebagai salah satu jejaring sosial yang sangat popular pada saat ini. Aktivitas dakwah pada awalnya hanyalah merupakan tugas sederhana yakni kewajiban untuk menyampaikan apa yang diterima dari Rasullalah SAW, walaupun hanya satu ayat. Inilah yang membuat kegiatan atau aktivitas dakwah boleh dan harus dilakukan oleh siapa saja yang mempunyai rasa keterpanggilan untuk menyebarkan nilai-nilai islam. Jadi kesimpulannya adalah bahwa aktifitas dakwah adalah suatu proses kegiatan untuk mengadakan perubahan terhadap tingklah laku yang dengan melibatkan jiwa raga secara aktif untuk mengikuti kegiatan dakwah.

#### 3. Mahasiswa KPI di IAIN Sunan Ampel Surabaya

KPI atau Komuniksi Penyiaran Islam merupakan salah satu jurusan yang tertua di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya. Di dalam juruan KPI terdapat 3 konsentrasi yang di tujukan kepada mahasiswa semester V sesuai dengan minat dan skill mahasiswanya, di antara nya: Radio Televisi Dakwah (RTV), Jurnalistik dan Retorika Dakwah.

#### H. Sistematika Pembahasan

Dalam mengkondifisikan penelitian ini perlu peneliti susun agar menjadi bahan kajian yang mudah di baca dan di kaji sebagai data penelitian. Untuk itu sistematika pembahasannya sebagai berikut:

#### BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini akan di uraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis, ruang lingkup dan keterbatasan, kegunaan penelitian, definisi operasional, dan yang terakhir adalah sistematika pembahasan.

#### BAB II : KERANGKA TEORETIK

Pada kajian pustaka akan membahas tentang kajian tentang facebook sebagai media komunikasi massa yang meliputi (internet sebagai media komunikasi massa, ketertarikan masyarakat terhadap facebook,

efek sosial facebook). Dan kedua kajian aktifitas dakwah yang meliputi (pengertian metode dalam aktifitas dakwah, macam-macam metode dakwah), kerangka teoretik dan yang terakhir relevansi.

#### : METODE PENELITIAN **BAB III**

Pada bab ini akan di uraikan tentang jenis penelitian dan jenis pendekatan, obyek penelitian, tehnik sampling, variabel dan indikator penelitian, instrumen penelitian, prosedur pengumpulan data, tehnik pengumpulan data kemudian yang terakhir teknik analisis data.

#### **BABIV** : PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini berisi tentang laporan hasil penelitian, di antaranya gambaran umum obyek penelitian yang meliputi (sejarah singkat berdirinya jurusan KPI di IAIN Sunan Ampel Surabaya, letak geografis, visi dan misi, struktur organisasi, keadaan dosen dan mahasiswa), penyajian meliputi data yang (penyajian data hasil angket), penyajian data, pengujian hipotesis dan yang terakhir pembahasan hasil penelitian.

# BAB V : PENUTUP

Pada bab ini akan menguraikan kesimpulan dan saran-saran.



#### BAB II

## KAJIAN PUSTAKA

#### A. Kajian Facebook Sebagai Media Komunikasi Massa

#### 1. Internet sebagai Media Komunikasi Massa

Dari serangkaian teknologi baru yang memusingkan, internet muncul di pertengahan 1990-an sebagai medium massa baru yang amat kuat. Internet muncul sebagai medium komunikasi massa besar kedelapan dengan banyak isi, terutama melalui *web coding*, yang melebihi media tradisional dalam banyak hal. <sup>25</sup>

Internet sebagai salah satu media komunikasi massa mempunyai taraf signifikasi yang sangat luar biasa. Perkiraan jumlah *user* di AS melebihi 200 juta – 75 persen dari populasi. Dalam beberapa tahun saja internet sudah menjadi medium utama untuk iklan. Pada 2005 pengiklan mengeluarkan 12,9 miliar untuk membeli *space* di web site internet, naik 34 persen dari tahun sebelumnya dan seperlima dari yang ikeluarkan untuk televisi. Studi tahun 2004 menemukan bahwa lebih dari setengah pembeli mobil baru mendasarkan pemilihannya dari informasi melalui internet. Namun signifikansi internet dapat dikur dengan cara lain. Ada orang-orang yang tidak lagi membaca koran edisi cetak dan lebih memilih membaca melalui edisi internet. Beberapa situs berita diperbarui secara terusmenerus. Hampir semua majalah dan koran AS punya situs internet, nari

<sup>&</sup>lt;sup>25</sup> John Vivian, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2008) h.262

New York Times yang besar dan canggih sampai Koran local di daerah pelosok. <sup>26</sup>

Melalui kecanggihan internet manusia bisa menciptakan situs apa saja dan mencari informasi apa saja dengan cara pencarian yang cepat dan tepat. Internet merupakan teknologi baru yang sangat penting, dan tidaklah mengejutkan bila internet telah menyita begitu banyak perhatian masyarakat luas. Banyak yang beranggapan bahwa internet telah mengubah segalanya. <sup>27</sup>

Salah satu bukti kecanggihan internet dan sebagai fenomena sosial adalah lahirnya situs jejaring sosial seperti *MySpace*, *Friendster*, *Facebook*, *Twitter*, dan lain-lain telah menarik jutaan pengguna, dimana tidak sedikit dari mereka yang menjadikan jejaring sosial ini menjadi bagian dalam aktivitas sehari-hari mereka. Situs jejaring sosial dapat didefinisikan sebagai layanan berbasis web yang memungkinkan individu untuk membangun hubungan publik atau semi-publik dibatasi profil dalam sebuah sistem dan mengartikulasikan daftar pengguna lain dengan siapa mereka berhubungan. Apa yang membuat situs jejaring sosial unik bukanlah bahwa situs ini memungkinkan individu untuk bertemu orang asing, tetapi situs ini memungkinkan pengguna dapat memperlihatkan jaringan sosial mereka. Hal ini karena pada banyak situs jejaring sosial,

٠

<sup>&</sup>lt;sup>26</sup> John Vivian, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008) h. 263

<sup>&</sup>lt;sup>27</sup> Ike Janita Dewi, *Integrasi Teknologi Informasi Dengan Strategi*, (Yogyakarta : Amara Books, 2005) h. 19

para pengguna memiliki daftar teman yang memang sudah mereka kenal pada kehidupan nyata walaupun tidak menutup kemungkinan, pada sebagian orang yang memang mencari teman-teman yang memang baru dalam kehidupannya.<sup>28</sup>

Sejarah asal mula facebook berawal ketika Mark Zuckerberg yang saat itu mahasiswa semester II Harvard University membuat sebuah situs kontak jodoh untuk rekan-rekan kampusnya. Zuckerberg yang terinspirasi dari situs Hot or Not menamai situs buatannya Facemash.com. Metode situs ini yaitu menampilkan dua foto pasangan (pria dan wanita), di mana selanjutnya dua pasangan ini akan dipilih oleh para anggota situs mana pasangan yang paling "hot". Untuk menampilkan foto-foto pasangan di situs ini, Zuckerberg berupaya dengan segala cara mencari foto-foto rekannya dengan cara keliling "door-to-door" untuk meminta foto. Karena kenekatnya, Zuckerberg membobol akses jaringan komputer kampusnya untuk mendapatkan foto-foto tambahan. Namun aksi ini diketahui pihak kampus dan mereka selanjutnya memblokir situs Facemash.com diikuti dengan tindakan sanksi kepada Zuckerberg dengan ancaman akan memecatnya dari kampus walaupun ancaman ini tidak jadi direalisasikan. Atas tindakannya itu, Zuckerberg membela diri dengan mengatakan "Tindakan pihak kampus yang memblokir situs Facemash.com memang benar alasannya, namun sayang mereka tidak menyadari potensinya yang bisa saja menjadi alat pendongkrak popularitas

<sup>&</sup>lt;sup>28</sup> Laila Ulfah Khairunnisa, http://lailaulfahkhairunisa.blogspot.com/2011/12/fenomenasitus-jejaring-sosial.html. di akses tanggal 15 April 2012

bagi kampus itu sendiri, cepat atau lambat, nanti juga akan ada orang lain yang membuat situs serupa".

Tidak berhenti disitu saja, pada semester berikutnya, tepatnya pada tanggal 4 Februari 2004, Zuckerberg membuat sebuah situs baru bernama "The Facebook" yang beralamat URL: http://www.thefacebook.com. Untuk situs barunya ini, Zuckerberg berkomentar: "Menurutku upaya pihak kampus yang ingin membuat media pertukaran informasi antar civitas akademik yang butuh waktu bertahun-tahun adalah hal yang konyol. Dengan situsku ini, aku bisa mengerjakannya cuma dalam waktu seminggu saja"

Saat pertama kali diluncurkan "*The Facebook*" hanya terbatas di kalangan kampus Harvard saja. Dan ini sungguh membuahkan hal yang menakjubkan. Dalam waktu satu bulan para penggunanya sudah mencakup lebih dari setengah jumlah mahasiswa Harvard saat itu. Selanjutnya, sejumlah rekan Zuckerberg turut bergabung memperkuat tim thefacebook.com. Mereka adalah Eduardo Saverin (analis usaha), Dustin Moskovitz (programmer), Andrew McCollum (desainer grafis), dan Chris Hughes. <sup>29</sup>

#### 2. Ketertarikan Masyarakat Terhadap Facebook

Ada beberapa hal yang membuat facebook luar bisa sukses meraup pengguna diseluruh dunia. Hampir semua faktor kesuksesan facebook disebabkan desain situs yang menarik plus dilengkapi fasilitas-fasilitas

<sup>29</sup> Adnan Perambahan, http://www.asal-usul.com/2009/03/facebook-data-dan-fakta-sejarah.html.Di akses tanggal 31 Maret 2012

yang cukup mengena sasaran kebutuhan pengguna. Bahkan karena kesuksesannya, *mobile gadget* seperti ponsel, blacberry, Iphone, dan perusahaan-perusahaan layanan seluler berlomba-lomba menggaet facebook sebagai salah satu fitur andalan mereka.<sup>30</sup>

Situs pertemanan facebook memungkinkan seseorang untuk menemukan teman lama, menemukan teman baru, menjalin pertemanan, bergabung dalam komunitas seperti kota, kerja, sekolah, dan daerah untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan orang lain, mengirimkan pesan dan komentar. Selain fasilitas-fasilitas utama yang disebutkan, masih sangat banyak fasilitas-fasilitas yang ditawarkan situs itu, baik secara formal atau non-formal, independen atau dependen.

Kini jumlah *facebooker* Indonesia jauh melebihi pengguna di Singapura dan Malaysia. Padahal facebook hingga pertengahan 2007 nyaris tak dilirik pengguna internet di sini. Tapi, memasuki pertengahan tahun lalu, jumlah akses ke situs ini melonjak tajam dan menempatkannya sebagai situs ranking kelima yang paling banyak diakses di Indonesia. Bahkan Indonesia tercatat dalam sepuluh besar negara pemakai situs yang mulai dibuka untuk umum pada tahun 2006, yaitu 150 juta orang sampai sekitar 700 ribu orang berasal dari Indonesia. Tidak ada situs jejaring sosial lain yang mampu menandingi daya tarik facebook terhadap user.

Pada tahun 2007, terdapat penambahan 200 ribu account baru

<sup>&</sup>lt;sup>30</sup> Ibid,. h 29

perharinya lebih dari 25 juta user aktif menggunakan facebook setiap harinya.<sup>31</sup>

Pada dasarnya, setiap orang itu bangga dengan dirinya, bangga dengan foto diri, bangga dengan wajahnya serta bangga dengan momenmomen terbaiknya sehingga sangat memuaskan batin jika kebanggaan tersebut dapat di lihat oleh orang lain, bahkan jutaan orang di internet.

Ini adalah sifat dasar manusia yang kemudian mendorong facebook untuk menjadi candu dalam diri sendiri. Dengan kata lain, facebook menjadi sebuah media berekspresi bagi para narsis di seluruh dunia. Sudah jelas sekali bahwa facebook mempunyai daya tarik bagi masyarakat. Selain itu facebook pun memiliki fitur dan konten yang sangat variatif dan inovatif termasuk fitur *games*, aplikasi, dan lainnya. Hal ini pula yang menjadikan facebook banyak diminati orang sehingga menjadi media promosi yang luar biasa. Semakin banyak peminat facebook berarti semakin kuat daya tarik facebook terhadap masyarakat. Sehingga daya tarik pasar / konsumen juga sangat kuat sehingga media promosi atau media periklanan di facebook ini juga sangat diminati oleh penyedia produk, jasa dan lain-lain.<sup>32</sup>

Jika facebook di jadikan sebagai media promosi yang luar biasa, maka facebook juga bisa dijadikan sebagai media dakwah. Namun sampai saat ini, keberadaan facebook sebagai media dakwah belum kelihatan

<sup>&</sup>lt;sup>31</sup> Andi. http://humaskotaprob.probolinggokota.go.id/serba-serbi/165-fenomena-facebook-dan-dampaknya.html. di akses tanggal 9 April 2012

<sup>&</sup>lt;sup>32</sup> Asmarie, http://asmarie.blogdetik.com/2009/09/19/fenomena-facebook-yang-spektakuler/, di akses tanggal 9 April 2012

mencolok dan digemari penggunanya. Semua itu tergantung pada pandangan dan keinginan pengguna facebook itu sendiri.

#### 3. Efek Sosial Facebook

Pertumbuhan facebook yang sangat luar biasa mau tidak mau menarik perhatian tokoh-tokoh masyarakat di tanah air termasuk tokoh agama. Sebagai penjaga moral masyarakat, ulama merasa bertanggung jawab dan khawatir pengguna facebook dapat merusak akhlak pengguna di Indonesia. Oleh karena itu mumcul gagasan untuk mengeluarkan fatwa haram bagi facebook. Tentu rencana ini mengundang banyak reaksi keras dari masyarakat, terutama para facebookers (sebutan untuk pengguna facebook).

Wacana fatwa haram facebook mengemuka setelah tujuh ratus ulama Jawa Timur membahas situs ini. Para ulama itu menuding facebook memicu pergaulan bebas. Hasil pertemuan forum musyawarah pondok pesantren putrid (FMP3) se-Jawa Timur di pondok pesantren putridi Hidayatul Mubtadien Lirboyo kecamatan mojoroto kota Kediri tersebut mengharamkan komunikasi dua orang berlainan jenis yang bukan muhrim baik melalui facebook, Friendster. Pesan pendek (SMS), maupun 3G secara berlebihan.

Akan tetapi badan yang berwenang mengeluarkan fatwa, yaitu Majelis Ulama Indonesia (MUI) menilai bahwa tidak ada alasan mendasar untuk mengeluarkan fatwa haram jika jejaring sosial ini mengandung banyak manfaat bagi umat.

Yang diharamkan itu bukan facebooknya melainkan penggunaan hal-hal negatif didalam facebook. Facebook sebagai teknologi bersifat netral, penggunanya pun tidak selalu berdampak negatif tetapi tergantung siapa yang menggunakannya.

Dari kalangan akademisi, Abdul Halim dosen Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, mengatakan "situs facebook itu halal dan pelarangan menggunakan situs persahabatan itu bertentangan dengan hukum Islam karena manusia diberi kreativitas oleh Allah SWT untuk bisa memanfaatkan alam dan alat untuk kemajuan kemaslahatan.<sup>33</sup>

## B. Kajian Tentang Aktifitas Dakwah

#### 1. Pengertian metode dalam aktifitas dakwah

Dalam kehidupan sehari-hari sering dijumpai kenyataan bahwa tata cara memberikan sesuatu lebih penting dari sesuatu lebih penting dari sesuatu yang diberikan itu sendiri. Semangkok teh pahit dan sepotong ubi goring yang di sajikan secara sopan, ramah dan tanpa sikap yang dibuatbuat, akan lebih terasa enak disantap ketimbang seporsi makanan lezat, mewah, mahal harganay, tapi disajikan dengan cara kurangajar, tidak sopan dan menyakiti hati orang yang menerimanya.

Gambaran diatas membersitkan ungkapan bahwa tata cara atau metode lebih penting dari materi, yang dalam bahasa Arab dikenal dengan *Al-Thariqah ahammu min al-Maddah*. Ungkapan ini sangat relevan dengan kegiatan dakwah. Betapa pun sempurnanya materi, lengkapnya

http://www.binanusantara@.com. Di akses tanggal 20 Juli 2012

bahan dan aktualnya isu-isu yang disajikan, tetapi bila disampaikan dengan cara yang tidak baik, tidak sistematis dan tidak teratur maka akan menimbulkan kesan yang tidak menggembirakan. Tetapi sebaliknya, walaupun materi kurang sempurna, bahan sederhana dan isu-isu yang di sampaikan kurang aktual, namun disajikan dengan cara yang menarik dan menggugah, maka akan menimbulkan kean yang menggembirakan.<sup>34</sup>

Dari segi bahasa metode berasal dari dua kata yaitu "meta" (melalui) dan "hodos" (jalan, cara). Dengan demikian dapt diartikan bahwa metode adalah cara atau ajlan yang harus dilalui untuk mencapai tujuan. Sumber yang lain menyebutkan bahwa metode berasal dari bahasa Jerman *methodica*, artinya ajaran tentang metode. Dalam bahasa Yunani metode berasal dari kata artinya jalan dalam bahasa arab disebut thariq. Metode berarti cara yang telah diatur melalui proses pemikiran untuk mencapai suatu maksud.<sup>35</sup>

Metode juga dapat diartikan sebagai cara yang dapat digunakan untuk melaksanakan strategi. Dalam setiap penerapan metode, dibutuhkan beberapa tehnik. Seperti yang terdapat dalum surat di bawah ini:

ٱدُعُ إِلَىٰ سَبِيل رَبِّكَ بِٱلْحِكُمَةِ وَٱلْمَوْعِظَةِ ٱلْحَسَنَةُّ وَجَدِلْهُم بِٱلَّتِي هِيَ أَحُسَنُّ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعُلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعُلَمُ بِٱلْمُهُتَدِينَ

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

 $<sup>^{34}</sup>$  Yunan Yusuf,  $Metode\ Dakwah,$  (Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2003) h.vii $^{35}$  Ibid., h. 6

Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk. (Q.s An-Nahl: 125).

Setiap metode memerlukan teknik dalam implementasinya. Teknik adalah cara yang digunakan seseorang dalam mengimplementasi suatu metode.36

#### 2. Macam-macam Metode Dakwah

Metode merupakan hal yang sangat penting bagi setiap aktifitas dakwah, dan metode itu lebih penting dari pada pesannya. Seorang da'i dikatakan berhasil jika mampu mengolah bahasa dan pandai-pandai memilih metode apa yang akan digunakan, seperti pepatah arap mengatakan:

"Teknik lebih penting daripada materinya" 37

Pedoman dasar atau prinsip penggunaan metode dakwah Islam sudah termaktup dalam Al-Qur'an dan Al-Hadist Rasullulah SAW. Seperti sabda Rasullulah SAW:

 $<sup>^{36}</sup>$  Moch. Ali Aziz,  $Ilmu\ Dakwah,$  (Jakarta: Kencana Prenada Group. 2009) h. 358  $^{37}$  Ibid., h. 345

Artinya: Barangsiapa di antara kamau melihat kemungkaran, maka hendaklah ia menungubahnya (mencegahnya) dengan:

- 1. Tangannya (kekuasaannya), apabila ia tak sanggup dengan,
- 2. Lidahnya (nasehat), apabila ia tak kuasa, maka dengan,
- 3. Hatinya, dan itulah selemah-lemahnya iman" (H.R Mutafaqun  $Alaih^{38}$ )

Pada garis besarnya, bentuk kata 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). Berdasarkan ketiga bentuk dakwah tersebut maka metode dan teknik dakwah dapat diklasifikasikan sebagai berikut: <sup>39</sup>

#### 1). Metode Ceramah

Istilah ceramah di jaman mutakhir ini sedang ramai-ramainya dipergunakan instansi pemerintah ataupun swasta, organisasi (jam'iyah), baik melalui televisi, radio maupun ceramah secara langsung. Pada sebagian orang yang menamakn ceramah / pidato ini dengan sebutan retorika dakwah, sehingga ada retorika dakwah, retorika sambutan, peresmian dan sebagainya. Metode ceramah adalah suatu tehnik atau

<sup>&</sup>lt;sup>38</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam.*,h. 102 <sup>39</sup> Ibid., h 359

metode dakwah yang banyak diwarnai oleh cirri karakteristik bicara oleh seseorang da'i / mubaligh pada suatu aktifitas dakwah. 40

Metode ceramah atau *muhadlarah* atau pidato ini telah dipakai oleh semua Rasul Allah dalam menyampaikan ajaran Allah. Sampai sekarang pun masih merupakan metode yang paling sering digunakan oleh para pendakwah, sekalipun alat komunikasi modern telah tersedia.<sup>41</sup>

Metode ceramah sebagai salah satu metode atau tehnik berdakwah tidak jarang digunakan oleh da'i-da'i ataupun para utusan Allah dalam usaha menyampaikan risalahnya. Hal ini terbukti dalam ayat suci Al-Qur'an bahwa Musa As bila hendak menyampaikan misi dakwahnya, beliau berdoa:<sup>42</sup>

Artinya: Berkata Musa: "Ya Tuhanku, lapangkanlah untukku dadaku (25) dan mudahkanlah untukku urusanku, (26) dan lepaskanlah kekakuan dari lidahku, (27) supaya mereka mengerti perkataanku (28). (Q.s At-Thoha 25-28

h.105

h. 359

\_

<sup>&</sup>lt;sup>40</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas. 1983)

h.104 <sup>41</sup> Prof.Dr. Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*.. (Jakarta : Kencana Prenada Media Group. 2009)

<sup>&</sup>lt;sup>42</sup> Asmuni Syukir, *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*, (Surabaya: Al-Ikhlas. 1983)

### 2). Metode Tanya Jawab (Diskusi)

Metode tanya jawab adalah penyampaian materi dakwah dengan cara mendorong sasarannya (obyek dakwah) untuk menyatakan suatu masalah yang dirasa belum dimengerti dan mubaligh / da'i sebagai penjawabnya. Metode ini dimaksudkan untuk melayani masyarakat sesuai dengan kebutuhannya. Sebab dengan bertanya berarti orang ingin mengerti dan dapat mengamalkannya. Oleh karena itu jawaban pertanyaan sangat di perlukan kejelasan dan pembahasan yang sedalam-dalamnya lagi pula jawaban selalu kongruen (sesuai) dengan maksud pertanyaannya 43

Diskusi sebagai metode dakwah yakni dengan bertukar pikiran tentang suatu masalah keagamaan sebagai pesan dakwah antar beberapa orang dalam tempat tertentu.44

Metode ini sering dilakukan di saat Rasullulah SAW dengan Jibril As, demikian juga dengan para sahabat di saat tidak mengerti tentang suatu agama (sahabat bertanya kepada Rasullulah). Hal ini terbukti dalam ayat-ayat Al-Qur'an yang berkenaan dengan metode tanya jawab dalam surat Al-Baqarah ayat 189 yang berbunyi: 45

لَيْسَ عَلَيْكُمُ جُنَاحُ أَن تَبُتَغُواْ فَضُلًّا مِّن رَّبِّكُمُّ فَإِذَآ أَفَضُتُم مِّنُ عَرَفَىتٍ فَاَّذُكُرُ واْ ٱللَّهَ عِندَ ٱلْمَشْعَرِ ٱلْحَرَامُّ وَٱذْكُرُ وهُ كَمَا هَدَنكُمُ وَإِن كُنتُم مِّن قَبُلِهِ ۽ لَمِنَ ٱلضَّاّلِينَ 🔊

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

<sup>&</sup>lt;sup>43</sup> Asmuni Syukir, Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam, h.123-124

<sup>44</sup> Prof.Dr. Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*.. h. 367

<sup>&</sup>lt;sup>45</sup> Asmuni Syukir, Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam, h 124-125

Artinya: Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari 'Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy'arilharam. Dan berdzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat. (Q.s Al-Baqarah : 189)

Namun terkadang ada penyimpangan pertanyaan dari apa yang dikehendaki. Hal ini untuk mengingatkanbahwa jawaban itulah yang seharusnya ditanyakan. Dan didalam as-Sunnah disebutkan tentang larangan terlalu banyak bertanya:

"Wahai Muhammad! Sesungguhnya ummatmu senantiasa bertanya: Apa ini? Apa itu? Sampai-sampai mereka mengatakan: "Inilah Allah yang telah menciptakan makhluk, tapi siapakah yang menciptakan Allah sendiri?" (HR. Ahmad, Muslim dan Abu Awaanah yang bersumber dari Anas r.a)

### 3). Metode Debat (Mujadalah)

Mujadalah selain sebagai dasanama dari istilah dakwah, dapat juga sebagai salah metode dakwah. Hal ini beralasan firman Allah yang berbunyi:<sup>46</sup>

<sup>&</sup>lt;sup>46</sup> Asmuni Syukir, Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam, h 141

ٱدُعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِٱلْحِكُمَةِ وَٱلْمَوْعِظَةِ ٱلْحَسَنَةِ وَجَدِلُهُم بِٱلَّتِي هِيَ أَحُسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعُلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعُلَمُ بِٱلْمُهُتَدِينَ



Artinya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk. (Q.s An-Nahl: 125).

Berdasarkan firman Allah tersebut, berdebat patut dijadikan sebagai metode dakwah. Namun perlu diketahui bahwa debat (mujadallah) yang dimaksud di sini adalah debat yang baik, adu argument dan tidak tegang sampai terjadi pertengkaran. Sebab salah satu ciri berdebat adalah mencari kebenaran, sehingga tidak jarang terjadi bila berdebat mengakibatkan pertengkaran atau permusuhan.

Debat sebagai metode dakwah pada dasarnya mencari kemenangan, dalm arti menunjukkan kebenaran dan kehebatan Islam. Dengan kata lain debat adalah mempertahankan pendapat dan idiologinya agar pendapat dan idiologinya itu diakui kebenaran dan kehebatannya oleh musuh (orang lain). Dengan demikian berdebat efektif dilakukan sebagai metode dakwah hanya pada orang-orang (obyek dakwah) yang membantah akan kebenaran islam.<sup>47</sup> Ingat sabda Rasullulah:<sup>48</sup>

<sup>&</sup>lt;sup>47</sup> Asmuni Syukir, Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam, h142

انَا زَعِيْمٌ بِبَيْتٍ رَبَضِ الْجَنَّةِ لِمَنْ تَرَكَ الْمِرَاءَ وَإِنْ كَانَ مُحِقًا (رواه أبو داود عن ابن امامة)

"Saya (Muhammad SAW) dapat menjamin suatu rumah di kebun syurga untuk orang yang meninggalkan perdebatan, meskipun ia benar". (H.R Abu Daud dari Abu Umamah)

# 4). Metode Karya Tulis (Surat Menyurat)

Metode ini termasuk dalam kategori *dakwah bil al-qalam* (dakwah dengan karya tulis). Tanpa tulisan, peradaban dunia akan lenyap dan punah. Metode karya tulis merupakan buah dari keterampilan tangan dalam menyampaikan pesan dakwah. Keterampilan tangan ini tidak hanya melahirkan tulisan, tetapi juga gambar atau lukisan yang mengandung misi dakwah. Untuk itu metode karya tulis dapat terbagi dalam tiga teknik yakni teknik penulisan, teknik penulisan surat (korespondensi) dan teknik pembuatan gambar.<sup>49</sup>

Metode dakwah Rasullulah bukan saja dengan cara politik pemerintah akan tetapi menggunakan pula metode-metode yang lain diantaranya yaitu surat menyurat atau karya sastra. Metode ini dilakukan Rasullulah kepada berbagai negara tetangga seperti Yaman, Syam, dan sebagainya. Seperti yang diceritakan oleh oleh Ubay bin Ka'b, memuji suatu syair:<sup>50</sup>

<sup>50</sup> Ibid 329

<sup>&</sup>lt;sup>48</sup> Ibid., h 143

<sup>&</sup>lt;sup>49</sup> Prof.Dr. Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*. h 376-377

إن من الشعر حكمة

"Sesungguhnya ada hikmah dari suatu syair"

Dalam metode Rasullulah melalui surat- menyurat atau karya sastra sudah pasti hasilnya

Adapun hasilnya sudah pasti ada yang menerima dan ada pula yang menolaknya. Beberapa metode seperti diatas menggmbarkan secara metode beliau (Rasullulah) memiliki kecakapan yang lebih hebat bila dibanding dengan zaman mutakhir ini.<sup>51</sup>

# 5). Metode Pemberdayaan Masyarakat

Salah satu metode *dakwah bi al-hal* (dakwah dengan aksi nyata) adalah metode pemberdayaan masyarakat, yaitu dengan dakwah membangun daya, dengan cara mendorong memotivasi, membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya mengembangkannya dengan dilandasi proses kemandirian. Metode ini selalu berhubungan dengan tiga aktor, yaitu masyarakat (komunitas), pemerintah, dan agen (pendakwah). Melalui hubungan ketiga aktor ini, kita bisa membuat tekniknya. <sup>52</sup>

Metode pemberdayaan masyarakat pengaplikasiannya adalah dengan aksi nyata seperti metode berdemonstrasi. Metode ini tidak jarang digunakan oleh para da'i yang terdahulu, bahkan Rasullulah SAW sering kali menggunakan metode ini. Sebagaimana sebuah riwayat atau hadist yang menerangkan baha Rasullah SAW pernah diajar oleh Jibril as,

Asmuni Syukir, Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam, h. 156
 Prof.Dr. Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*. h. 378

tentang sembahyang dengan metode demonstrasi atau dengan menampilkan contoh kaifiyat sholat kepada Rasullulah. Hal ini tergambar pada hadist Rasullulah SAW, yang berbunyi: <sup>53</sup>

"Sholatlah kamu sekalian seperti apa yang sedang saya lakukan"

Sudah jelas bahwa metode aksi dalam metode dakwah perlu dipelajari dan dijadikan bekal dakwah bagi tiap muballigh. Seperti Rasullulah memberikan suri tauladan yang baik kepada umatnya. Dalam Al-Qur'an surat Al- Ahzab ayat 21 disebutkan:

Artinya: "Sesungguhnya adalah bagi pada Rasullulah itu contoh tauladan yang baik, (yaitu) bagi siapa yang ada mempunyai harapan kepada Allah sebanyak-banyaknya" (Q.S Al-Ahzab : 21)

### 6). Metode Kelembagaan

Metode lainnya dalam *dakwah bi al-hal* adalah metode kelembagaan yaitu pembentukan dan pelestarian norma dalam wadah organisasi sebagai instrumen dakwah. Untuk mengubah perilaku anggota melalui institusi umpamanya, pendakwah harus melewati proses fungsi -

<sup>53</sup> Asmuni Syukir, Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam. h.146

fungsi manajemen yaitu perencanaan *(planning)*, pengorganisasian, pergerakan, dan pengendalian.<sup>54</sup>

Contoh dari metode kelembagaan adalah seperti lembaga pendidikan dan pengajaran agama. Pendidikan dan pengajaran dapat pula dijadikan sebagai metode dakwah. sebab dlam definisi dakwah telah disebutkan bahwa dakwah dapat diartikan dengan dua sifat, yakni bersifat pembinaan (melestarikan dan membina agar tetap beriman) dan pengembangan (sasaran dakwah). Pendidikan agama sebagai metode dakwah pada dasarnya membina (melestarikan) fitroh anak yang dibawa sejak lahir, yakni fitroh beragama (perasaan bertuhan). Yang mana bila fitroh itu tidak dilestarikan melalui pendidikan dikhawatirkan fitroh itu akan luntur menjadi atheis atau menganut agama lain selain islam. hal ini di sebutkan dalm Qur'an firman Allah SWT:

Artinya: Maka hadapkanlah wajahmu dengan lurus kepada agama Allah; (tetaplah atas) fitrah Allah yang telah menciptakan manusia menurut fitrah itu. Tidak ada perubahan pada fitrah Allah. (Itulah) agama yang lurus; tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui (Q.s Ar-Ruum: 30)

Rasullulah SAW bersabda, dan dalam sabda nya diperintahkan:

\_

<sup>&</sup>lt;sup>54</sup>Ibid., h 381

<sup>55</sup> Asmuni Syukir, Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam, h. 158

Artinya: "Suruhlah anak-anak kamu menjalankan ibadah sholat bila mana sudah berusia tujuh tahun, dan apabila telah berusia sepuluh tahun pukullah ia (bila tak mau melakukan shalat tersebut) dan pisahkanlah tempat tidurnya". (Al-Hadist)

# 7) Metode Mengunjungi Rumah (Sillaturahmi)

Metode dakwah yang dirasa efektif juga untuk dilakukan dalam rangka mengembangkan maupun membina Ummat Islam ialah metode dakwah atau disebut dengan metode silaturahmi atau *home visit*. Selain melaksanakn aktifitas dakwah , metode ini pula pada hakekatnya mengadakan sillaturahmi (menyambung tali persaudaraan). Sedangkan silaturrahmi sendiri mengandung beberapa hikmah diantaranya mempererat tali persaudaraan, tukar menukar fikiran dan juga memperlancar rizki. Seperti hadist dibawah ini: <sup>56</sup>

Artinya: "Barangsiapa ingin murah rizkinya dan panjang umurnya, maka hendaklah mempererat tali silaturrahmi". H.R Al-Bukhori

<sup>&</sup>lt;sup>56</sup> Ibid., 161

# C. Kerangka Teoretik

Ada beberapa teori komunikasi yang dapat dijadikan acuan untuk melihat keperkasaan media maupun kelemahan-kelemahannya mempersuasi masyarakat dalam hubungannya dengan aktifitas politik, antara lain: Teori Jarum Suntik (*Hypodermic Needly Theory*), Teori Kepala Batu (*Obstinante Audience*), Teori Kegunaan dan Kepuasan (*Uses and Gratification Theory*), Teori Lingkar Kesunyian (*Spiral of Silence Theory*), Teori Penanaman (*Cultivation Theory*), Teori Agenda Setting (*Agenda Setting Theory*)<sup>57</sup>

Teori yang cocok dalam penelitian yang berjudul "Pengaruh Facebook Terhadap Aktifitas Dakwah pada Mahasiswa IAIN Sunan Ampel Surabaya", yaitu teori *Uses and Gratification* (kegunaan dan kepuasan).

Teori ini diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada 1974 lewat bukunya *The Uses of Mass Communication: Current Perspektive on Gratification Reseach*. Teori banyak berkaitan dengan sikap dan perilaku para konsumen, bagaimana mereka menggunakan media untuk mencari informasi tentang apa yang mereka butuhkan. Dalam praktek politik teori ini banyak digunakan oleh para politisi. Misalnya bagaimana Bill Clinton mempelajari cara debat Kennedy ketika ingin tampil debat dengan bush dalam pemilihan Presiden Amerika 1992.<sup>58</sup>

<sup>58</sup> Ibid,. h 98

 $<sup>^{57}</sup>$  Hafied Canggara, Komunukasi Politik, Konsep, Teori dan Strategi, (Jakarta : Rajawali Pers, 2011) h. 97

Teori *Uses dan Gratification* ini merupakan pergeseran fokus dari tujuan komunikator kepada komunikan. Teori ini juga berkaitan dengan konsumen dalam pemilihan media dalam mencari informasi tentang apa yang mereka butuhkan. Model ini menentukan fungsi komunikasi massa dalam melayani khalayak. Jika dikaitkan dengan pengaruh facebook terhadap aktifitas dakwah maka masyarakat menggunakan facebook sebagai tempat atau media untuk aktifitas dakwah. Pengguna facebook bisa mengutip ayat-ayat suci Al-Qur'an, *update* status tentang dakwah dan lain-lain.

Teori *Uses and Gratifications* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi, bobotnya ialah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus.<sup>59</sup>

### D. Penelitian Terdahulu atau Relevan

No	Nama	Judul	Publikasi	Tahun	Perbedaan
1.	Laila Fitria	Facebook	Skripsi	2009	Dalam skripsi ini,
	Angraini	Sebagai Media			perbedaan terletak
	Saputra	Komunikasi			pada fokus
		(Studi pada			kajiannya. Peneliti
		Alumni MAK			meneliti facebook

<sup>59</sup> Onong Uchjana Effendi, Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi, h. 289-290

		Mamba'us			sebagai media
		sholihin			komunikasi tanpa
					ada unsur
					dakwahnya.
					Peneliti
					menggunakan
					metode kualitatif.
2.	Ziyad	Facebook dan	Skripsi	2010	Dalam skripsi ini
		Dakwah Islam			juga terletak pada
		(Kajian Tentang	A		fokus kajiannya.
		Penggunaan			Peneliti meneliti
		Facebook			pengunaan
		Sebagai Media		4	facebook sebagai
		Dakwah Oleh	_ /		media dakwah,
		Usernya			seperti
					menganalisis
					group-group islam
					yang ad didalam
					facebook. Peneliti
					menggunakan
					metode kualitatif.
3.	Zainal Alim	Pengaruh	Skripsi	2010	Dalam skripsi ini
		Penggunaan			membahas tentang

		Facebook			penggunaan
		Terhadap Hasil			facebook yang
		Belajar Siswa			berpengaruh
		Pada Bidang			tentang hasil
		Studi Pendidikan			belajar siswa di
		Agama Islam di			MAN Bangkalan
		MAN Model			yang di sebabkan
		Bangkalan		$\overline{}$	oleh fenomena
					facebook yang
					ternyata sanggup
					meraih peringkat
					tertinggi di
				4	banding situs
			-//		jejaring sosial
					lainnya
4.	Silvi	Peran Guru	Skripsi	2010	Skripsi ini
		Bimbingan			membahas tentang
		Konseling Dalam			analisa tentang
		Menyikapi			peran guru
		Dampak			bimbingan
		Facebook			konseling dalam
		Disekolah			menyikapi
		Menengah Keatas			dampak facebook

		Wachid Hasyim 2			dari segi negatif
		taman Sidoarjo			maupun
					positifnya.
					Adapun peran
			_		guru bimbingan
					konseling terhadap
					dampak facebook
					yaitu dengan
					mengantisipasi
	- 1		A		dan memberikan
					gambaran
					mengenai dampak
				4	kegunaan dan cara
			_/		menggunakan
					facebook serta
					layanan dan
					bimbingan
					konseling lewat
					facebook
5.	Bunyani	Pengaruh	Skripsi	1995	skripsi ini
		Aktifitas Dakwah			membahas tentang
		Melalui Jam'iyah			jam'iyah tahlil
		Tahlil Terhadap			berpengaruh

		Pelaksanaan			terhadap
		Upacara Tumbal			perubahan
		Rumah di Desa			perilaku upacara
		Gampang			tumbal rumah
		Kecamatan			dikalangan para
		Prambon			anggotanya pada
		Kabupaten			masyarakat desa
		Sidoarjo		_	gampang
					kecamatan
			A		prambon sidoarjo.
6.	Subandi	Pengaruh	Skripsi	1997	Skripsi ini
		Kontribusi Zakat	•	4	membahas tentang
		Terhadap			sebuah kontribusi
		Aktifitas Dakwah			zakat yang
		Jam'iyah Ahlith			berpengaruh
		Thireqot Al-			terhadap aktifitas
		Mu'tabaroh An-			jam'iyah
		Nadhliyah di			ahlitthoriqot Al-
		Desa			Muktabaroh An-
		Sumberlaseh			Nadhliyah didesa
		Kecamatan			Sumberlaseh
		Dander			kecamatan dander

	Kabupaten			kabupaten
	Bojonegoro			bojonegoro.
				Dalam kontribusi
				zakat perlu adanya
				kontribusi yang
				baik dan di
	_/			manfaatkan untuk
			$\overline{}$	aktifitas dakwah
				atau kepentingan
		A		umat islam.
		М		
chmad	Pengaruh Metode	<u>Skripsi</u>	2010	Dalam skripsi ini
ahrul	Ceramah Dalam			Meneliti tentang
nam	Aktifitas Dakwah			metode ceramah
	Jama'ah Bu'dah			yang mempunyai
	Al-Hidayah			pengaruh terhadap
	Terhadap			aktifitas dakwah.
	Perubahan			dan kesimpulan
	Tingkah Laku			dari penelitian ini
	Beragama			adalah mengetahui
	Masyarakat Batu			tingkah laku
	Putih Kelurahan			masyarakat yang
	Simowalang			berberhubungan
2	ahrul	chmad Pengaruh Metode ahrul Ceramah Dalam nam Aktifitas Dakwah Jama'ah Bu'dah Al-Hidayah Terhadap Perubahan Tingkah Laku Beragama Masyarakat Batu Putih Kelurahan	Bojonegoro  Pengaruh Metode Skripsi Ceramah Dalam Aktifitas Dakwah Jama'ah Bu'dah Al-Hidayah Terhadap Perubahan Tingkah Laku Beragama Masyarakat Batu Putih Kelurahan	chmad Pengaruh Metode Skripsi 2010  Ceramah Dalam Aktifitas Dakwah Jama'ah Bu'dah Al-Hidayah Terhadap Perubahan Tingkah Laku Beragama Masyarakat Batu Putih Kelurahan

		Kecamatan			dengan tingkat
		Simokerto Kodya			keimanan dan
		Surabaya.			ketakwa'an.
8.	Suhartono	Dakwah Pada	Skripsi	1996	Skripsi ini berisi
		Masyarakat			tentang aktifitas
		Industri Kecil:			dakwah pada
		Studi Kualitatif			masyarakat di desa
		Tentang Aktifitas		_	sumbertanggul
		Dakwah Islam			yang mata
		(IDAIS) Pada			pencahariannnya
		Masyara <mark>ka</mark> t			sebagai pengrajin
		Pengraj <mark>in</mark>			genteng.
		Genteng Di Desa		1	Kesimpulannya
		Sumbertanggul	_ 4		pakerja ini tetap
		Kecamatan			melakukan
		Mojosari			aktifitas dakwah
		Kabupaten			dalam
		Mojokerto.			kesibukannnya
					sebagai pengrajin
					genteng.

#### **BAB III**

#### METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian dalam suatu penelitian sangat penting, sebab dengan menggunakan metode yang tepat maka akan mendapat hasil yang tepat pula. Artinya apabila seseorang yang akan mengadakan penelitian ilmiah dengan menggunakan suatu metode yang sesuai dengan apa yang akan di selidiki maka akan mendapatkan data yang benar dan dapat dipertanggung jawabkan.

Metodologi penelitian merupakan ilmu-ilmu yang mempelajari metodemetode dalam penelitian. Sedangkan metode penelitian menurut Arif Furchan adalah strategi umum yang dianut dalam mengumpulkan data dan anilisis data yang diperlukan guna menjawab persoalan yang ada di dalam penelitian. <sup>60</sup>

Penelitian adalah suatu proses yang sistematis dan analisis yang logis terdapat data untuk menentukan suatu tujuan tertentu, sedangkan metode merupakan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Sebelum penelitian dilaksanakan peneliti untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Sebelum penelitian dilaksanakan peneliti menggunakan metode-metode yang sesuai, maka bagi seorang peneliti hendaknya mengetahui secara pasti jenis-jenis dan sifat penelitian, agar memperoleh hasil yang sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai.

 $<sup>^{60}</sup>$  Arif Furchan,  $Pengantar\ Penelitian\ dalam\ Pendidikan,$  (Surabaya: Usaha Nasional, 1982) h.50

#### A. Penelitian Dan Jenis Pendekatan

Dalam rancangan penelitian ini dijelaskan tentang jenis penelitian yang dilakasanakan ditinjau dari segi tujuan dan sifatnya. Dilihat dari judul penelitian yang penulis teliti yaitu pengaruh facebook terhadap aktifitas dakwah, penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif, yaitu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data-data lengkap yang berupa angka sebagai alat untuk menemukan keterangan mengenai apa yang ingin kita ketahui. Dilihat dari permasalahannya peneliti ini termasuk penelitian eksplanatif yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan antara dua variabel atau lebih untuk menguji hipotesis. Format eksplanasi di maksud untuk menjelaskan hubungan, perbedaan atau pengaruh suatu variabel dengan variabel yang lain. Kerena itu penelitian eksplanasi menggunakan sampel dan hipotesis.

Beberapa format eksplanasi digunakan untuk mengembangkan dan menyempurnakan teori, juga dikatakan penelitian eksplanasi memiliki kredibilitas untuk mengukur menguji hubungan sebab akibat dari dua atau beberapa variabel dengan menggunakan analisis statistik.

Setiap penelitian selalu menggunakan teori. Kerlinger (1987) mengemukakan teori adalah seperangkat konstruk (konsep), definisi dan proposi yang berfungsi untuk melihat fenomena secara sistematik, melalui

<sup>&</sup>lt;sup>61</sup>Margono, *Metodologi Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1977) h.31

 $<sup>^{62}</sup>$  Burhan Bungin,  $Metodologi\ Penelitian\ Kuantitatif, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005) h.38$ 

spesifikasi hubungan antara variabel, sehingga dapat berguna untuk menjelaskan dan meramalkan fenomena.<sup>63</sup>

Teori adalah seperangkat dalil atau prinsip umum yang berkaitan mengenai aspek-aspek suatu realitas.<sup>64</sup> Sedangkan fungsi teori adalah menerangkan, meramalkan atau memprediksi dan menemukan keterpautan fakta-fakta secara sistematis. Kerangka teori ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran dan batasan-batasan teori yang dipakai sebagai landasan penelitian yang di lakukan.

Teori yang cocok dalam penelitian yang berjudul "Pengaruh Facebook Terhadap Aktifitas Dakwah pada Mahasiswa IAIN Sunan Ampel Surabaya", yaitu *teori Uses and Gratification* (kegunaan dan kepuasan). Teori *Uses dan Gratification* ini merupakan pergeseran fokus dari tujuan komunikator kepada komunikan. Teori ini juga berkaitan dengan konsumen dalam pemilihan media dalam mencari informasi tentang apa yang mereka butuhkan. Model ini menentukan fungsi komunikasi massa dalam melayani khalayak.

Teori *Uses and Gratifications* menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi, bobotnya ialah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus.<sup>65</sup>

<sup>64</sup> Onong Uchjana Effendi, *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003) h.244

•

<sup>&</sup>lt;sup>63</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2005) h: 41

<sup>65</sup> Onong Uchjana Effendi, Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi, h. 289-290

# B. Obyek Penelitian

Pengaruh facebook terhadap aktifitas dakwah pada mahasiswa jurusan komunikasi penyiaran islam IAIN Sunan Ampel Surabaya. Jadi yang merupakan objek peneliti adalah para mahasiswa komunikasi penyiaran islam. Hal ini sangat membantu kinerja peneliti dalam melakukan proses penelitian.

Sedangkan yang menjadi objek dari penelitian ini adalah facebook terhadap aktifitas dakwah.

## C. Tehnik Sampling

# 1. Populasi

Populasi adalah seluruh individu yang menjadi obyek penelitian yang nantinya digeneralisasikan. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui pengaruh facebook aktifitas dakwah dengan populasi dari seluruh mahasiswa jurusan KPI IAIN Sunan Ampel Surabaya yang berjumlah 220 Mahasiswa tahun ajaran 2008-2011. Dengan rincian angkatan 2008 berjumlah 54 Mahasiswa, angkatan 2009 berjumlah 51 Mahasiswa, angkatan 2010 berjumlah 56 Mahasiswa dan angkatan 2011 berjumlah 59 Mahasiswa.

## 2. Tehnik Sampling

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang di teliti.<sup>67</sup> Disini peneliti menggunakan salah satu tehnik pengambilan sampel yaitu

<sup>66</sup> Sumarto, Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan, (Yogyakarata: Andi Offset, 1995)

random sampling. Random sampling adalah pengambilan sampel secara acak atau tanpa pandang bulu. Semua anggota populasi diberi kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Alasan kenapa peneliti mengambil sampel ini karena jumlah mahasiswa KPI di IAIN Sunan Ampel Surabaya pada tahun 2008-2011 berjumlah 220 Mahasiswa. Pemilihan sampel di pilih secara random sampling agar semua mahasiswa dari tiap-tiap semester bisa dijadikan sebagai sampel.

Mengenai jumlah sampel menurut pendapat Suharsimi Arikunto sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti, pendapatnya mengatatakan bahwa untuk ancer-ancer atau pedoman, maka apabila subyeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semuanya sehingga merupakan penelitian populasi, selanjutnya jika jumlah sebyeknya maka dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih.<sup>69</sup>

Berdasarkan pendapat diatas maka penulis mengambil sampel 15 % dari jumlah populasi yaitu 220 Mahasiswa dari tahun 2008-2011, dengan jumlah sampel 33 Mahasiswa.

#### D. Variabel Dan Indikator Penelitian

#### 1. Variabel

Variabel adalah konstruk yang sifat-sifatnya sudah diberi nilai dalam bentuk bilangan atau konsep yang mempunyai dua nilai atau lebih pada suatu kontinum. Nilai suatu variabel dapat dinyatakan dengan angka

<sup>&</sup>lt;sup>68</sup> Prof. H. Moh. Kasiram, *Metode Penelitian Kualitatif- Kuantitatif.* (Yogyakarta: UIN Maliki Press) h. 260

<sup>&</sup>lt;sup>69</sup>Suharsimi, *Prosedur Suatu Penelitian Suatu Pendekatan*. H.134

atau kata.<sup>70</sup> Skripsi ini berjudul pengaruh facebook terhadap aktifitas dakwah pada mahasiswa jurusan komunikasi penyiaran islam, jadi dalam hal ini dapat dua variabel yaitu :

# a.Independent Variabel

Yang merupakan variabel bebas atau independent variabel adalah Pengaruh facebook atau yang biasa di sebut sebagai variabel X. b.Dependent Variabel

Yang merupakan variabel terikat atau dependent variabel adalah aktifitas dakwah atau yang biasa yang disebut variabel Y.

#### 2. Indikator Variabel.

Untuk mempermudah peneliti ini, maka indikator dalam variabel harus sesuai dengan variabel yang akan diukir dendikator dari penelitian ini adalah:

### a. Indikator Variabel Bebas (X)

Dalam skripsi ini yang menjadi variabel X adalah pengaruh facebook. Variabel ini dibuat berdasarkan:

- 1. Mempunyai account facebook
- 2. Frekuensi membuka facebook di setiap harinya
- 3. Tujuan menggunakan facebook
- 4. Ketertarikan dalam menggunakan facebook
- 5. Bergabung dalam komunitas di facebook
- 6. Merasa nyaman menggunakan facebook
- 7. Facebook memberikan kepuasan kepada penggunanya

<sup>&</sup>lt;sup>70</sup> Iqbal Hasan, Analisis Penelitian Dengan Statistic, (Jakarta: Bumu Aksara,2004) hal 13

## 8. Memilih facebook sebagai sumber informasi

#### b. Indikator Variabel Terikat (Y)

Sedangkan yang menjadi variabel Y adalah aktifitas dakwah.

Variabel ini dibuat berdasarkan:

- 1. Intensitas menggunakan facebook sebagai aktifitas dakwah
- 2. Memaksimalkan facebook sebagai aktifitas untuk berdakwah
- 3. Pengaruh besar facebook dalam memberikan pesan-pesan dakwah
- 4. Memberikan informasi tentang sebagai aktifitas dakwah melalui facebook kepada orang lain
- 5. Mencari informasi tentang dakwah atau mengutip ayat Al-Qur'an melalui facebook
- 6. Bergabung dengan group-group dakwah islam di facebook
- 7. Update status tentang dakwah ketika menggunakan facebook sebagai aktifitas dakwah

# E. Tehnik Pengumpulan Data

Tehnik pengumpulan data dalam sebuah penelitian sangat dibutuhkan dengan menggunakan beberapa metode didalamnya hal ini di karenakan baik buruknya hasil penelitian sangat ditentukan oleh tehnik pengumpulan datanya, sebagaimana dikemukakan oleh Sutrisno Hadi sebagai berikut:

Baik buruknya suatu penelitian sebagian tergantung pada tehnik pengumpulan datanya, pengumpulan data dalam penelitian ilmiah bertujuan memperoleh bahan-bahan yang relevan akurat dan variebel, untuk memperoleh data yang dimaksud ini pekerjaan penelitian menggunakan tehnik-tehnik, prosedur-prosedur, alat-alat serta kegiatan yang diandalkan.

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan, maka penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, antara lain:

### 1. Angket

Angket adalah metode pengumpulan data melalui formulir yang berisi pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti.<sup>71</sup>

Ada dua jenis dalam angket yaitu:

- a. Angket terbuka, memberikan kesempatan pada responden untuk menjawab dengan kalimatnya sendiri.
- b. Angket tertutup, bahwa peneliti sudah menyediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih.

Dalam hal ini angket yang di gunakan adalah terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang sudah disertai jawaban yang akan dipilih responden dengan member tanda silang (X) pada alternatif jawaban yang sudah tersedia.

Kemudian angket yang disusun oleh peneliti terdiri dari 20 butir soal, masing-masing di sertai dengan alternatif jawaban dan masing-masing jawaban diberi skor dengan perincian sebagai berikut :

- a. Skor jawaban "a" adalah 3
- b. Skor jawaban "b" adalah 2
- c. Skor jawaban "c" adalah 1

\_

<sup>&</sup>lt;sup>71</sup> Ibid, h.67

Dalam penelitian ini penulis menggunakan sistem angket berstruktur yaitu dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan yang telah dirumuskan sebelumnya dengan cara tertulis yang disertai dengan alternatif jawaban. Hal ini dimaksudkan agar jawabannya dapat mudah di analisa. Adapun metode ini peneliti gunakan untuk mendapatkan data tentang pengaruh facebook aktifitas dakwah.

#### 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data melalui peninggalan tertulis, seperti arsip-arsip termasuk buku tentang pendapat teori atau hukum-hukum yang berhubungan dengan masalah peneliti.<sup>72</sup>

Metode ini digunakan untuk memperoleh data dengan melakukan pengamatan secara langsung terdapat obyek yang sedang diteliti, antara lain gambaran obyek penelitian yaitu : Sejarah singkat berdirinya jurusan KPI di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, visi dan misi, struktur organisasi, keadaan dosen dan Mahasiswa jurusan KPI Sunan Ampel dan data-data lain yang diperlukan.

#### F. Teknik Analisis Data

Analisis data diartikan sebagai upaya mengolah data menjadi informasi sehingga karakteristik atau sifat-sifat data tersebut dapat dengan mudah difahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-maslah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian.<sup>73</sup>

<sup>&</sup>lt;sup>72</sup> Margono, *Op.Cit,.h.181* 

Sambas Ali Muhidin, *Analisis Korelasi Regresi Dan Jalur Dalam Penelitian*, (Bandung: Pustaka Setia, 2007)h. 52

Dengan demikian, tehnik analisa data dapaat diartikan sebagai cara

melaksanakan analisis terdapat data, dengan tujuan mengolah data tersebut

menjadi informasi, sehingga sifat-sifat datanya dapat dengan mudah

difahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang

berkaitan dengan penelitian, baik berkaitan dengan deskripsi data maupun

induksi atau menarik kesimpulan tentang karakteristik populasi

berdasarkan data yang diperoleh dari sampel.<sup>74</sup>

Analisa data merupakan inti dalam penelitian. Analisa data ini

dilakukan dalam suatu proses penyederhanaan data ke dalam bentuk lain

yang lebih mudah dibaca dan ditafsirkan, yang pelaksanaannya mulai

dilakukan sejak pengumpulan data yang dilakukan dan dikerjakan secara

intensif yaitu sesudah meninggalkan lapangan.

Untuk mengetahui analisa yang datanya di peroleh dari angket

yang disebarkan kepada mahasiswa dan untuk mengetahui sejauh mana

nilai dari masing-masing variabel maka selanjutnya adalah

memprosentasikan dengan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Prosentase

F = Frekuensi yang sedang dicari prosentasenya

N= Jumlah responden

-

<sup>74</sup> Anas Sudijono, *Pengantar Statistik pendidikan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2000)

h.180

Kemudian dari analisa prosentase tersebut penulis menyimpulkan dengan mencari rata-rata dari hasil prosentase dengan menggunakan rumus:

$$M = \frac{\sum x}{N}$$

Keterangan:

M = Mean atau rata-rata

 $\sum x = \text{Jumlah dari skor} - \text{skor yang ada}$ 

N = Number of cases (banyak skor yang ada)

Setelah mendapatkan hasil berupa prosentase nilainya dapat ditafsirkan sebagai berikut:

Baik (76% - 100%)

Cukup (56% - 75%)

Kurang (40% - 55%)

Tidak baik ( < 40%)

Untuk memberikan hipotesisnya, maka penulis akan menyajikan analisis data statistik yaitu dengan menggunakan rumus *Product Moment*.

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - \sum x\sum y}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

**r**<sub>xy</sub> = Angka indeks korelasi "r" product moment

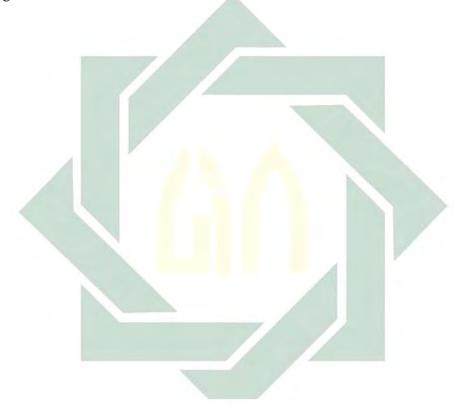
N = Number of cases

 $\sum xy = \text{Jumlah hasil perkalian antara skor x dan skor y}$ 

 $\sum x$  = Jumlah seluruh skor x

 $\sum y = Jumlah seluruh skor y$ 

Dalam memberikan interpretasi secara sederhana terdapat angka indeks korelasi "r" product moment  $(r_{xy})$  pada umumnya di pergunakan pedoman sebagai berikut:



 $Tabel \ 3.1 \\ Interpretasi \ Terhadap \ r_{xy}$ 

Besarnya	"r" product momen	t Interpretasi
$(r_{xy})$		
	0,00-0,20	Antara variabel x dan y memang
		terdapat korelasi, akan tetapi korelasi
		itu sangat rendah sehingga korelasi itu
		diabaikan (dianggap tiak ada korelasi
		antara variabel x dan variabel y)
	0,20-0,40	Antara variabel x dan variabel y
		terdapat korelasi yang lemah atau
		rendah
	0,40-0,70	Antara variabel x dan variabel y
		terdapat korelasi yang sedang atau
		cukup
	0,70-0,90	Antara variabel x dan variabel y
		terdapat korelasi yang kuat atau tinggi
	0,90-1,00	Antara variabel x dan variabel y
		terdapat korelasi yang sangat kuat atau
		sangat tinggi <sup>75</sup>

 $<sup>^{75}</sup>$  Prof. Anas Sudijono,  $Pengantar\ Statistik\ Pendidikan,\ (Jakarta: PT\ Raja\ Grafindo,\ 2009) h<math display="inline">193$ 

#### **BAB IV**

### PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

## A. Setting Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Komunikasi Penyiaran Islam / KPI

Keberadaan Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel secara historis tidak mungkin terpisahkan dari sejarah berdirinya IAIN Sunan Ampel itu sendiri. IAIN Sunan Ampel resmi berdiri pada tanggal 5 Juli 1965 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama No Soal. 20 tahun 1965. Dalam perkembangan selanjutnya, tepatnya antara tahun 1966 - 1970 IAIN Sunan Ampel tumbuh dengan pesat, hingga mampu membuka 18 fakultas yang tersebar di 3 propinsi (Jawa Timur, Kalimantan Timur, dan Nusa Tenggara Barat). Salah satu dari 18 fakultas di IAIN Sunan Ampel dimaksud adalah Fakultas Dakwah Surabaya.

Fakultas Dakwah Surabaya berdiri diawali dengan pembentukan panitia persiapan yang dibentuk berdasar Keputusan Menteri Agama No Soalmor 256 tahun 1970, tertanggal 30 September 1970. Upaya panitia yang diketuai oleh Drs. Salahuddin Hardy ini berhasil dengan baik dan lancar terbukti pada tanggal 20 Maret 1971 atau 22 Muharam 1391 H Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel secara resmi dibuka. Pada tahun akademik pertama, memperoleh 48 mahasiswa (36 laki-laki dan 12

perempuan) dan masih berada di lantai dasar Fakultas Ushuluddin sampai dengan tahun 1976.

Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) dalam lintasan sejarah Fakultas Dakwah tercatat sebagai jurusan tertua dengan perjalanan sebagai berikut:

Tahun 1968 - 1981 Fakultas Dakwah mempunyai 2 Jurusan, yaitu Jurusan Tabligh & Penyiaran, dan Jurusan Agama & Kepercayaan. Tahun 1982 - 1994 terjadi perubahan nama dari Tabligh & Penyiaran menjadi Jurusan Penerangan dan Penyiaran Agama Islam (PPAI), sedangkan Jurusan Agama & Kepercayaan berubah menjadi Bimbingan dan Penyuluhan Masyarakat (BPM). Kemudian pada tahun 1995 hingga sekarang terjadi lagi pergeseran nama jurusan dan penambahan jurusan baru di Fakultas Dakwah, yaitu PPAI menjadi KPI (Komunikasi dan Penyiaran Islam) dan BPM menjadi BPI (Bimbingan Penyuluhan Islam) serta pembukaan Jurusan PMI (Pengembangan Masyarakat Islam) dan MD (Manajemen Dakwah) yang mulai menerima mahasiswa tahun1997.

#### 2. Visi dan Misi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam atau KPI

Visi Jurusan KPI adalah ingin menjadi jurusan yang berkualitas dalam pengajaran, penelitian dan pengabdian masyarakat di bidang komunikasi dakwah melalui retorika, media cetak, dan radio atau televisi.

Misi Jurusan KPI adalah menghasilkan lulusan yang berkeahlian dan berketerampilan akademik di bidang dakwah dan mampu mentransmisikan ajaran Islam dalam realitas kehidupan masyarakat.
"Transmitting Islamic Value". 76

# 3. Data Mahasiswa KPI

Tabel 4.1

Data Mahasiswa

NO	Tahun / Angkatan /	Kelas	Jumlah
SOAL	Semester		
1.	2008 / Semester 8	A1	18
		A2	11
		A3	25
2.	2009 / Semester 6	A1	18
		A2	13
		A3	20
3.	2010 / Semester 4	A1	30
		A2	26
4.	2011 / Semester 2	A1	36
		A2	23
	Jumlah Keseluru	220	

<sup>76</sup> http://dakwah.sunan-ampel.ac.id/, Di akses tanggal 13 Juni 2012

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

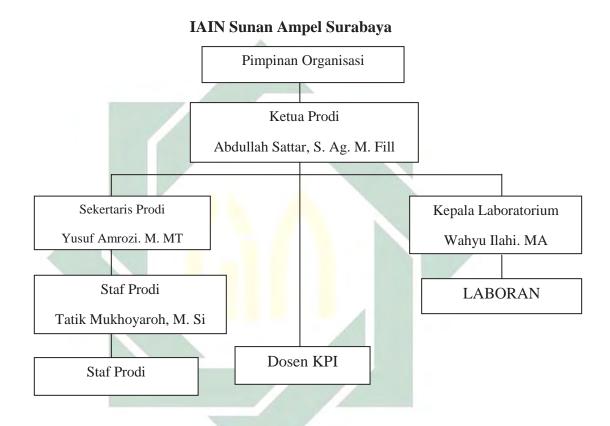
# 4. Data Dosen Komunikasi Penyiaran Islam / KPI

Tabel 4.2
Data Dosen

No	Nama Dosen	L/P	Jabatan
Soal			
1	Prof. Dr. H. Moh. Ali Aziz, M.	L	Guru Besar
	Ag		
2	Drs. H. Sunarto AS, M.EI.	L	Pembantu Dekan III
3	Abdullah Sattar, S. Ag, M.Fil.I	L	Kajur Komunikasi dan
			Penyiaran Islam (KPI)
4	Drs. Sulhawi <mark>Rub</mark> ba, <mark>M.Fil.I</mark>	L	Dosen
5	Drs. Prihananto, M.Ag	L	Dosen
6	Drs. Syahroni <mark>Ahmad Jaswad</mark> i,	L	Dosen
	M. Ag.		
7	Dra. Hj. Luluk Fikri Zuhriyah,	P	Dosen
	M.Ag		
8	Drs. Masduqi Affandi, M.Pd.I.	L	Dosen
9	Drs. Muhtarom, M.Ed, Gred, Dip	L	Dosen
	Tesol		

# 5. Struktur Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam / KPI

# Struktur Organisasi Program Studi Komunikasi penyiaran Islam



Bagan 4.1 Struktur Organisasi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam

### B. Penyajian Data

Pada saat penelitian ini berlangsung di IAIN Sunan Ampel Surabaya, tepat nya di fakultas dakwah jurusan komunikasi penyiaran islam, mahasiswa angkatan 2008 (semester 8) sampai angkatan 2012 (semester 2). Adapun jumlah seluruh mahasiswa dari tahun 2008-2012 adalah 220 Mahasiswa.

Untuk memperoleh data tentang pengaruh facebook terhadap aktifitas dakwah, penulis menggunakan dua macam metode yaitu dokumentasi dan angket. Dengan metode dokumentasi, penulis mengadakan penelitian dengan mencatat beberapa data peninggalan tertulis maupun arsip. Seperti mencatat gambaran obyek penelitian yaitu: Sejarah singkat berdirinya jurusan KPI di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, visi dan misi, data mahasiswa dan data dosen, struktur organisasi dosen dan data-data lain yang diperlukan.

Kemudian dari hasi metode angket, pada penelitian ini terdapat dua variabel yaitu pengaruh facebook sebagai variabel X dan media komunikasi dakwah sebagai variabel Y. untuk lebih jelasnya tentang pengaruh facebook penulis menyebarkan angket kepada 33 mahasiswa dengan 3 alternatif jawaban, masing-masing penulisan ketentuannya sebagai berikut:

- a. Untuk jawaban a = 3 skor
- b. Untuk jawaban b = 2 skor
- c. Untuk jawaban c = 1 skor

#### Berikut nama-nama responden:

Tabel 4.3 Data Responden

No	Nama Responden	Semester	Jenis Kelamin
1.	Abdur Rohim Buchori	2	Laki-Laki
2.	M. Miftah Farid	2	Laki- Laki
3.	Lailatul Rosyidah	2	Perempuan
4.	Rifdah A .R	2	Perempuan
5.	Nufuwroh	2	Perempuan

6.	Lia N	4	Perempuan
7.	Ulwiyatul Unza	4	Perempuan
8.	Abdul Aziz Al- Ghozi	4	Laki-Laki
9.	Fahmi M. F	4	Laki-Laki
10.	Ahmad Ainul Yaqin	4	Laki-Laki
11.	Muflihatul Jannah	4	Perempuan
12.	Lia Puji Astutik	4	Perempuan
13.	Lely	6	Perempuan
14.	Zainal Arifin	6	Laki-Laki
15.	Idrus	6	Laki-Laki
16.	Risalatul Nadhifah	6	Perempuan
17.	Wahyu Nur A	6	Perempuan
18.	Agung	6	Laki-Laki
19.	Vina Rahmawati	8	Perempuan
20.	Muhammad Muhtadin	8	Laki-Laki
21.	Ahmad Magrobi	8	Laki-Laki
22.	Lina Nurjanah	8	Perempuan
23.	Nimas April <mark>ita</mark> L	8	Perempuan
24.	Amin Pujianto	8	Laki-Laki
25.	Zahrotun Ni <mark>sa'</mark>	8	Perempuan
26.	Siti Nurkholifah	8	Perempuan
27.	Muflihatul Afifah	8	Perempuan
28.	Noor Fitriyah	8	Perempuan
29.	Syamsul Arifin	8	Laki-Laki
30.	Septiana Dwi Salamah	8	Perempuan
31.	Nun Sukma Abdul Jalil	8	Laki-Laki
32.	Muflihatun Nisa'	8	Perempuan
33.	Hasan	8	Laki-Laki

Untuk lebih jelasnya, maka penulis sajikan data hasil angket yang telah penulis sebarkan kepada mahasiswa. Adapun data yang pertama adalah data tentang pengaruh facebook. Hasilnya dapat dilihat pada keterangan tabel berikut:

Tabel 4.4

Skor jawaban dalam angket tentang pengaruh facebook

No				No	omor l	Pertan	vaan				Jumlah
responden				111	,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,	OI tuii	jaan				o carriedra
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	3	2	3	1	3	3	2	1	2	2	22
2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	26
3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	28
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	29
5	3	2	2	2	3	3	2	1	1	2	21
6	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	24
7	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	22
8	3	2	3	2	1	1	2	3	2	2	21
9	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	26
10	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	24
11	1	1	1	1	3	1	1	1	1	2	14
12	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	27
13	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	27
14	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	24
15	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	24
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	29
17	3	2	3	1	3	3	3	3	2	2	25
18	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	22
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30

20	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	26
21	3	2	2	1	3	3	1	2	3	2	22
22	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	28
23	3	2	1	1	2	3	2	2	2	2	20
24	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	25
25	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	25
26	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	22
27	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	23
28	3	2	1	1	1	1 -	2	-1	2	1	15
29	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	26
30	3	2	3	2	3	1	2	2	2	2	22
31	3	2	1	2	2	3	3	2	3	3	24
32	3	2	3	1	3	3	3	3	2	2	25
33	3	2	2	2	2	3	3	2	1	2	22
				Ju	mlah	/					790

Kemudian data yang kedua adalah data tentang aktifitas dakwah.

Untuk lebih jelasnya, maka penulis sajikan dalam bentuk tabel dan adapun hasilnya dapat dilihat pada keterangan pada tabel berikut:

Tabel 4.5 Skor jawaban dalam angket aktifitas dakwah

No		Nomor Pertanyaan							Jumlah		
responden											
- oop o	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	13

2	2	2	2	2	3	2	1	2	3	3	22
3	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	20
4	2	2	3	2	3	1	2	3	3	3	24
5	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	13
6	1	2	2	2	3	1	2	1	1	2	17
7	1	1	2	2	2	2	1	3	2	2	18
8	1	1	1	2	1	2	1	1	1	3	14
9	1	1	1	3	2	1	2	3	3	3	20
10	2	3	2	3	3	2	2	3	1	3	24
11	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	11
12	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	27
13	2	2	2	2	1	1	1	3	2	2	18
14	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	21
15	1	2	1	2	3	3	1	2	1	3	19
16	2	2	2	3	3	1/	2	3	3	2	23
17	1	1	1	3	2	1	3	3	1	3	19
18	2	2	2	2	3	1	2	3	3	2	22
19	2	2	1	2	2	1	1	3	2	2	18
20	2	2	2	3	3	1	3	3	2	3	24
21	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	13
22	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	24
23	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	13
24	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	18
25	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	19

26	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	16
27	2	3	2	3	3	2	1	3	2	3	24
28	1	2	2	2	3	2	2	1	2	3	20
29	2	2	2	2	3	1	1	3	1	2	19
30	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	26
31	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	27
32	2	2	3	2	2	2	1	2	1	2	19
33	2	2	1	2	3	2	1	3	2	1	19
			/			7		1			644

## C. Pengujian Hipotesis

Dari perolehan data-data diatas, maka selanjutnya dilakukan analisis data tentang pengaruh pengaruh facebook terhadap aktifitas dakwah pada mahasiswa jurusan KPI IAIN Sunan Ampel Surabaya. Dalam proses analisi ini, penulis menggunakan statistik untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh facebook terhadap aktifitas dakwah pada mahasiswa jurusan KPI di IAIN Sunan Ampel Surabaya.

 a. Analisis data tentang pengaruh facebook pada mahasiswa jurusan KPI di IAIN Sunan Ampel Surabaya

Dalam hal ini, untuk mengetahui sejauh mana pengaruh facebook, maka akan di hitung dengan menggunakan rumus prosentase:  $p = \frac{f}{N} \times 100 \%$ 

Sebelum perhitungan kedalam rumus dilakukan, maka akan dicari terlebih dahulu frekuensi dari tiap item soal dengan cara membuat tabulasi dari tiap item soal.

Tabel 4.6

Mempunyai *account* facebook situs jejaring sosial

No Soal	Alternatif Jawaban	N	F	P (%)
1	Ya		31	92
	Kadang-kadang	33	1	4
	Tidak		1	4
			33	100

Dari jawaban di atas dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswa yang memberi jawaban "ya" pada angket yang diberikan kepada 33 responden adalah 92%, sedangkan yang memberi jawaban "kadang-kadang" adalah 4% dan yang memberi jawaban "tidak" sebanyak 4%

Tabel 4.7
Pengguna membuka facebook disetiap harinya

No Soal	Alternatif Jawaban	N	F	P (%)
2	Ya		6	18
	Kadang-kadang	33	26	78
	Tidak		1	4
			33	100

Dari jawaban di atas dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswa yang memberi jawaban "ya" pada angket yang diberikan kepada 33 responden adalah 18%, sedangkan yang memberi jawaban "kadang-kadang" adalah 78% dan yang memberi jawaban "tidak" sebanyak 4%.

Tabel 4.8
Pengguna mempunyai tujuan tertentu ketika menggunakan facebook

No	Alternatif Jawaban	N	F	P (%)
Soal				
3	Ya		20	60
	Kadang-kadang	33	9	27
	m: 1.4			10
	Tidak		4	13
				100
4			33	100

Dari jawaban di atas dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswa yang memberi jawaban "ya" pada angket yang diberikan kepada 33 responden adalah 60%, sedangkan yang memberi jawaban "kadang-kadang" adalah 27% dan yang memberi jawaban "tidak" sebanyak 13%.

Tabel 4.9
Pengguna tertarik untuk menggunakan facebook

No Soal	Alternatif Jawaban	N	F	P (%)
4	Ya		8	24
	Kadang-kadang	33	18	54
	Tidak		7	22
	Tidak		7	22

	33	100

Dari jawaban di atas dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswa yang memberi jawaban "ya" pada angket yang diberikan kepada 33 responden adalah 24%, sedangkan yang memberi jawaban "kadang-kadang" adalah 54% dan yang memberi jawaban "tidak" sebanyak 22%

Tabel 4.10

Facebook mempunyai pengaruh yang besar terhadap mahasiswa

No	Alternatif Jawaban	N	F	P(%)
Soal				
5	Ya		19	57
4	Kadang-kadang	33	12	36
	Tidak			7
			33	100

Dari jawaban di atas dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswa yang memberi jawaban "ya" pada angket yang diberikan kepada 33 responden adalah 57%, sedangkan yang memberi jawaban "kadang-kadang" adalah 36% dan yang memberi jawaban "tidak" sebanyak 7%.

Tabel 4.11
Bergabung dalam salah satu komunitas atau group-group yang ada di facebook

No Soal	Alternatif Jawaban	N	F	P (%)
6	Ya		27	81

Kadang-kadang	33	2	6
Tidak		4	13
		33	100

Dari jawaban di atas dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswa yang memberi jawaban "ya" pada angket yang diberikan kepada 33 responden adalah 81%, sedangkan yang memberi jawaban "kadang-kadang" adalah 6% dan yang memberi jawaban "tidak" sebanyak 13%.

Tabel 4.12

Merasa nyaman menggunakan facebook dari pada jejaring sosial lainnya

No	Alternatif Jawaban	N	F	P (%)
Soal				
7	Ya		18	54
			4	
	Kadang-kadang	33	13	39
	Tidak	7/	2	7
		7//		
			33	100

Dari jawaban di atas dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswa yang memberi jawaban "ya" pada angket yang diberikan kepada 33 responden adalah 54%, sedangkan yang memberi jawaban "kadang-kadang" adalah 39% dan yang memberi jawaban "tidak" sebanyak 7%.

Tabel 4.13 Kepuasan tersendiri setelah menggunakan facebook

No	Alternatif Jawaban	N	F	P(%)
Soal				
8	Ya		12	39
	Kadang-kadang	33	16	48
	Tidak		4	13
			33	100

Dari jawaban di atas dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswa yang memberi jawaban "ya" pada angket yang diberikan kepada 33 responden adalah 39%, sedangkan yang memberi jawaban "kadang-kadang" adalah 48% dan yang memberi jawaban "tidak" sebanyak 13%.

Tabel 4.14

Menjadikan facebook sebagai sumber informasi

No	Alternatif Jawaban	N	F	P (%)
Soal				, ,
9	Ya		9	27
	Kadang-kadang	33	20	60
				10
	Tidak		4	13
			22	100
			33	100

Dari jawaban di atas dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswa yang memberi jawaban "ya" pada angket yang diberikan kepada 33 responden adalah 27%, sedangkan yang memberi jawaban "kadang-kadang" adalah 60% dan yang memberi jawaban "tidak" sebanyak 13%.

Tabel 4.15

Facebook bisa di jadikan sumber informasi yang akurat

No	Alternatif Jawaban	N	F	P(%)
Soal				
10	Ya		6	18
	Kadang-kadang	33	26	78
	Tidak		1	4
- 4			33	100

Dari jawaban di atas dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswa yang memberi jawaban "ya" pada angket yang diberikan kepada 33 responden adalah 18%, sedangkan yang memberi jawaban "kadang-kadang" adalah 78% dan yang memberi jawaban "tidak" sebanyak 1%.

Jadi 
$$M = \frac{\sum X}{N}$$

$$M = \frac{92\% + 18\% + 60\% + 24\% + 57\% + 81\% + 54\% + 39\% + 27\% + 18\%}{10}$$

$$M = 47\%$$

Selanjutnya hasil perhitungan diatas ditafsirkan dengan melihat standar penafsiran sebagai berikut:

• 85% - 100% : Tergolong sangat baik

• 75% - 85% : Tergolong baik

• 56% - 75% : Tergolong cukup baik

• 40% - 55% : Tergolong kurang baik

• < 40% : Tergolong tidak baik

Dengan mengetahui standar diatas, maka dapat di kategorikan bahwa nilai 47 tergolong kurang baik, karena masuk kategori 40% - 55%.

Dengan demikian pengaruh facebook pada mahasiswa jurusan KPI di IAIN Sunan Ampel Surabaya adalah kurang baik.

b. Analisis data tentang aktifitas dakwah pada mahasiswa jurusan KPI di IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Dalam hal ini, untuk mengetahui sejauh mana aktifitas dakwah pada mahasiswa jurusan KPI di IAIN Sunan Ampel Surabaya, maka akan dihitung dengan rumus prosentase:  $p = \frac{f}{N} \times 100 \%$ 

Sebelum perhitungan kedalam rumus dilakukan, maka akan dicari terlebih dahulu frekuensi dari tiap item soal dengan cara membuat tabulasi dari tiap item soal.

Tabel 4.16

Menggunakan facebook sebagai aktifitas dakwah

No	Alternatif Jawaban	N	F	P(%)
Soal				
1	Ya		4	13
	Kadang-kadang	33	16	48

Tidak	13	39
	33	100

Dari jawaban di atas dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswa yang memberi jawaban "ya" pada angket yang diberikan kepada 33 responden adalah 13%, sedangkan yang memberi jawaban "kadang-kadang" adalah 48% dan yang memberi jawaban "tidak" sebanyak 39%.

Tabel 4.17

Membutuhkan facebook sebagai aktifitas dakwah

No	Alternatif Jawaban	N	F	P (%)
Soal				
2	Ya		5	16
	Kadang-kadang	33	19	57
	Tidak		9	27
			33	100

Dari jawaban di atas dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswa yang memberi jawaban "ya" pada angket yang diberikan kepada 33 responden adalah 16%, sedangkan yang memberi jawaban "kadang-kadang" adalah 57% dan yang memberi jawaban "tidak" sebanyak 27%.

Tabel 4.18

Merasa maksimal menggunakan facebook sebagai aktifitas dakwah

No	Alternatif Jawaban	N	F	P (%)

Soal				
3	Ya		4	13
	Kadang-kadang	33	17	51
	Tidak		12	36
			33	100

Dari jawaban di atas dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswa yang memberi jawaban "ya" pada angket yang diberikan kepada 33 responden adalah 13%, sedangkan yang memberi jawaban "kadang-kadang" adalah 51% dan yang memberi jawaban "tidak" sebanyak 36%.

Tabel 4.19

Facebook memberikan pengaruh yang besar dalam memberikan pesan-pesan dakwah

No Soal	Alternatif Jawaban	N	F	P (%)
4	Ya		9	27
	Kadang-kadang	33	22	67
	Tidak		2	6
			33	100

Dari jawaban di atas dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswa yang memberi jawaban "ya" pada angket yang diberikan kepada 33 responden adalah 27%, sedangkan yang memberi jawaban "kadang-kadang" adalah 67% dan yang memberi jawaban "tidak" sebanyak 6%.

Tabel 4.20 Memberikan nasehat-nasehat dakwah atau mengajak kebaikan melalui media facebook kepada orang lain

No	Alternatif Jawaban	N	F	P (%)
Soal				
5	Ya		16	48
	Kadang-kadang	33	11	34
	Tidak		6	18
			33	100

Dari jawaban di atas dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswa yang memberi jawaban "ya" pada angket yang diberikan kepada 33 responden adalah 48%, sedangkan yang memberi jawaban "kadang-kadang" adalah 34% dan yang memberi jawaban "tidak" sebanyak 18%.

Tabel 4.21

Mengabaikan pesan dakwah, ketika orang lain memberikan pesan dakwah

No	Alternatif Jawaban	N	F	P (%)
Soal				
6	Ya		2	6
	Kadang-kadang	33	17	51
	Tidak		14	43
			33	100

Dari jawaban di atas dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswa yang memberi jawaban "ya" pada angket yang diberikan kepada 33 responden adalah 6%, sedangkan yang memberi jawaban "kadang-kadang" adalah 51% dan yang memberi jawaban "tidak" sebanyak 43%.

Tabel 4.22

Mencari informasi dakwah seperti mengutip Al-Qur'an maupun hadist melalui media facebook

No	Alternatif Jawaban	N	F	P(%)
Soal				
7	Ya		5	16
	Kadang-kadang	33	14	42
	Tidak	$\Lambda$	14	42
			33	100

Dari jawaban di atas dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswa yang memberi jawaban "ya" pada angket yang diberikan kepada 33 responden adalah 16%, sedangkan yang memberi jawaban "kadang-kadang" adalah 42% dan yang memberi jawaban "tidak" sebanyak 42%.

Tabel 4.23
Pernah bergabung dalam komunitas atau group Islam yang ada di facebook

No	Alternatif Jawaban	N	F	P (%)
Soal				
8	Ya		16	48
	Kadang-kadang	33	8	24
	Tidak		9	28

	33	100

Dari jawaban di atas dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswa yang memberi jawaban "ya" pada angket yang diberikan kepada 33 responden adalah 48%, sedangkan yang memberi jawaban "kadang-kadang" adalah 24% dan yang memberi jawaban "tidak" sebanyak 28%.

Tabel 4.24
Pernah meng-*update* status tentang dakwah Islam di facebook

No	Alternatif Jawaban	N	F	P(%)
Soal				
9	Ya		8	24
<	Kadang-kadang	33	14	42
	Tidak		11	34
			A	
		/	33	100

Dari jawaban di atas dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswa yang memberi jawaban "ya" pada angket yang diberikan kepada 33 responden adalah 24%, sedangkan yang memberi jawaban "kadang-kadang" adalah 42% dan yang memberi jawaban "tidak" sebanyak 34%.

Tabel 4.25

Memberikan komentar kepada teman ketika meng-*update* status tentang dakwah

No Soal	Alternatif Jawaban	N	F	P (%)
10	Ya		12	37

Kadang-kadang	33	15	45
Tidak		6	18
		33	100

Dari jawaban di atas dapat diketahui bahwa jumlah mahasiswa yang memberi jawaban "ya" pada angket yang diberikan kepada 33 responden adalah 37%, sedangkan yang memberi jawaban "kadang-kadang" adalah 45% dan yang memberi jawaban "tidak" sebanyak 18%.

Jadi 
$$M = \frac{\sum y}{N}$$

$$M = \frac{13\% + 16\% + 13\% + 27\% + 48\% + 6\% + 16\% + 48\% + 24\% + 37\%}{10}$$

$$M = 24.8 \%$$

Selanjutnya hasil perhitungan diatas ditafsirkan dengan melihat standar penafsiran sebagai berikut:

• 85% - 100% : Tergolong sangat baik

• 75% - 85% : Tergolong baik

• 56% - 75% : Tergolong cukup baik

• 40% - 55% : Tergolong kurang baik

• < 40% : Tergolong tidak baik

Dengan mengetahui standar diatas, maka dapat di kategorikan bahwa nilai 24,8% tergolong tidak baik, karena masuk kategori < 40%.

Dengan demikian aktifitas dakwah pada mahasiswa jurusan KPI di IAIN Sunan Ampel Surabaya adalah tidak baik.

 Analisis data tentang pengaruh facebook terhadap aktifitas dakwah pada mahasiswa jurusan KPI di IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Setelah menganalisis data tentang pengaruh facebook terhadap aktifitas dakwah pada mahasiswa jurusan KPI di IAIN Sunan Ampel Surabaya, maka selanjutnya akan di analisis tentang ada tidaknya pengaruh pengaruh facebook terhadap aktifitas dakwah dengan menggunakan rumus "product moment". Sebelum itu terlebih dahulu kita membuat tabel perhitungan untuk memperoleh indeks korelasi variabel X dan variabel Y sebagaimana tabel kerja berikut:

Tabel 4.26
Tabel kerja *product moment* 

No	X	$X^2$	Y	$Y^2$	X * Y
Soal					
1	22	484	13	169	286
2	26	676	22	484	572
3	28	784	20	400	560
4	29	841	24	576	696
5	21	441	13	169	273
6	24	576	17	289	408
7	22	484	18	324	396
8	21	441	14	196	294

9	26	676	20	400	520
10	24	576	24	576	576
11	14	196	11	121	154
12	27	729	27	729	729
13	27	729	18	324	486
14	24	576	21	441	504
15	24	576	19	361	456
16	29	841	23	529	667
17	25	625	19	361	475
18	22	484	22	484	484
19	30	900	18	324	540
20	26	676	24	576	624
21	22	484	13	169	286
22	28	784	24	576	672
23	20	400	13	169	260
24	25	625	18	324	450
25	25	625	19	361	475
26	22	484	16	256	528
27	23	529	24	576	552
28	15	225	20	400	300
29	26	676	19	361	494
30	22	484	26	676	572

31	24	576	27	729	648
32	25	625	19	361	475
33	22	484	19	361	418
N= 33	$\sum x = 790$	$\sum x^2 = 19312$	$\sum y = 644$	$\sum y^2 = 13152$	$\sum x^*y = 15830$

Adapun langkah-langkah perhitungan tabel diatas, sebagai berikut:

- a. Menjumlahkan subyek penelitian, diperoleh N= 33
- b. Menjumlahkan skor variabel X, diperoleh X = 790
- c. Menjumlahkan skor variabel Y, diperoleh Y = 644
- d. Mengalikan skor variabel X dengan variabel Y, kemudian dijumlahkan maka di peroleh ∑X \* Y= 15830
- e. Menguadratkan skor variabel X (yaitu  $X^2$ ) kemudian dijumlahkan, maka diperoleh  $X^2$ = 19312
- f. Menguadratkan skor variabel Y (yaitu  $Y^2$ ) kemudian dijumlahkan, maka diperoleh  $Y^2 = 13152$
- g. Mencari r<sub>xy</sub> dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - \sum x\sum y}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

$$r_{xy} = \frac{33.15830 - 790.644}{\sqrt{[33.19312 - (790)^2][33.13152 - (644)^2]}}$$

$$r_{xy=} \frac{522390 - 508760}{\sqrt{[637296 - 624100][434016 - 414736]}}$$

$$r_{xy=} \frac{13630}{\sqrt{13196.19280}}$$

$$r_{xy=} \frac{13630}{\sqrt{254418880}}$$

$$r_{xy=} \frac{13630}{159505,1}$$

$$r_{xy} = 0.08$$

### D. Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah nilai r<sub>xy</sub> diketahui maka langkah akhir menguji apakah "r" berarti atau tidak atas taraf 5% dan 1%. Sedang untuk mengetahui apakah hipotesis kerja / hipotesa nol yang diterima, maka "r" *product momen*. Apabila perhitungan nanti lebih besar dari harga yang tertera dalam tabel ini maka dapat dinyatakan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima demikian sebaliknya.

Harga "r" dalam skripsi ini adalah 0,04 kemudian dikonsultasikan langsung pada tabel "r" *product moment* yang sebelumnya harus dicarikan dulu derajat bebasnya (db) atau *degree of freedom* (df) dengan rumus sebagai berikut:

$$df = N - nr$$

Keterangan N = banyak responden

Nr = banyak variabel yang dikonsultasikan

Maka : d = N - nr

= 33 - 2

= 31

Dengan demikian dapat diketahui, bahwa df sebesar 31 pada tabel nilai "r" *product moment* pada taraf signifikansi 5% terletak pada 0,355

sedangkan pada taraf signifikansi 1% terletak pada 0,456. Dari hasil konsultasi tersebut dapat diketahui banyak  $r_{xy}$  lebih kecil dari nilai pada tabel pada saat signifikan 5% maupun 1%.

Jadi kesimpulan yang dapat penulis tarik adalah Ha diterima dam Ho ditolak, sehingga yang berlaku adalah hipotesa yang berbunyi tidak ada pengaruh pengaruh facebook terhadap aktifitas dakwah. Akan tetapi terdapat suatu pengaruh namaun korelasinya sangat rendah, sehingga korelasi itu diabaikan.

Sedangkan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh facebook terhadap aktifitas dakwah dapat diinterpretasikan pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.27

Tabel Intrepretasi r<sub>xy</sub>

Besarnya '	'r" product mome	Interprestasi
$(r_{xy})$		
	0,00-0,20	Antara variable x dan y memang
		terdapat korelasi, akan tetapi korelasi
		itu sangat rendah sehingga korelasi itu
		diabaikan (dianggap tidak ada korelasi
		antara variabel x dan variabel y)
	0,20-0,40	Antara variabel x dan variabel y
		terdapat korelasi yang lemah atau

		rendah
	0,40-0,70	Antara variabel x dan variabel y
		terdapat korelasi yang sedang atau
		cukup
	0,70-0,90	Antara variabel x dan variabel y
		terdapat korelasi yang kuat atau tinggi
- 1	0,90-1,00	Antara variabel x dan variabel y
		terdapat korelasi yang sangat kuat atau
		sangat tinggi

Maka dapat diketahui hasil yang diperoleh adalah 0,04 pada tabel interpretasi mengatakan bahwa r = menujukkan bahwa antara variabel X dan Y memang terdapat korelasi, akan tetapi korelasi itu sangat rendah sehingga korelasi itu diabaikan (dianggap tidak ada korelasi antara variabel x dan variabel y).

Jadi penelitian dalam skripsi ini menyatakan bahwa pengaruh facebook terhadap aktifitas dakwah dapat di katakan mempunyai korelasi yang sangat rendah sehingga korelasi itu diabaikan.

#### BAB V

#### **PENUTUP**

## A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Pengaruh facebook pada mahasiswa jurusan KPI di IAIN Sunan Ampel Surabaya tergolong kurang baik, hal ini terbukti berdasarkan hasil analisis melalui prosentase di peroleh nilai 47% dan nilai itu jika dikonsultasikan dengan kriteria yang buat oleh Prof. Dr. Suharsimi Arikunto berkisar antara 40% - 55% berarti kurang baik, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan.
- Sedangkan aktifitas dakwah, hal ini terbukti berdasar hasil analisis melalui prosentase 24,8% dan jika dikonsultasikan dengan kriteria yang buat oleh Prof. Suharsimi Arikunto berkisar < 40% berarti tidak baik.</li>
- 3. Berdasarkan analisis dengan menggunakan *product momen* dapat diketahui bahwa pengaruh facebook sebagai media komunikasi dakwah dapat dikatakan berpengaruh namun korelasi itu sangat rendah sehingga korelasi itu diabaikan. hal ini terbukti diterimanya Ha dan ditolaknya Ho dengan nilai r<sub>xy</sub> sebesar 0,08 sedangkan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh facebook terhadap aktifitas dakwah dapat diinterpretasikan pada tabel interpretasi "r" *product moment*. Pada tabel intrepretasi menyatakan r = 0,00 0,20 menunjukkan terdapat korelasi yang sangat rendah. Adapun pengaruh facebook terhadap aktifitas dakwah pada mahasiswa

jurusan KPI di IAIN Sunan Ampel Surabaya dapat dikatakan mempunyai korelasi yang sangat rendah sehingga korelasi itu diabaikan (dianggap tidak ada korelasi antara variabel x dan variabel y)

#### B. Saran

Berdasarkan dari hasil kesimpulan yang dikemukakan penulis diatas, kemudian penulis memberikan saran-saran yang disampaikan pada subyek penelitian yang ada di IAIN Sunan Ampel Surabaya umumnya mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) pada khususnya. Adapun saran-saran tersebut adalah:

- 1. Bagi mahasiswa diharapkan meningkatan minat dan motivasi dalam berdakwah perlu ditingkatkan. Perlu adanya keseimbangan antara dakwah melalui media massa maupun media internet. Misalnya saja memanfaatkan dan memaksimalkan salah satu media dari internet yaitu situs jejaring sosial facebook yang popular pada saat ini untuk aktifitas berdakwah, bergabung dengan group-group dakwah, serta meng-update status tentang dakwah
- 2. Bagi fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya khusus nya jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, penelitian ini bisa di jadikan tambahan literatur keilmuan untuk pembinaan dan pengembangan jurusan, dan bisa dijadikan relevansi jika ada penelitian selanjutnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Buku
- Arikunto, Suharsini. 1996. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*,

  Jakarta: Rineka Cipta
- Aziz, Moh Ali. 2009. Ilmu Dakwah. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 2005 .Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Canggara, Hafied. 1998 *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada
- Canggara, Hafid.2011. Komunikasi Politik, Konsep, Teori dan Stretegi. Jakarta:

  Rajawali
- Dewi, Ike Janita. 2005. Integrasi Teknologi Informasi Dengan Strategi, Yogyakarta : Amara Books
- Effendi, Onong Uchjana Effendi, 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*.

  Bandung: Citra Aditya Bakti
- Furchan, Arif. 1982. *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*, Surabaya: Usaha Nasional
- Hadi, Sutrisno, 1980. Metodologi Reseach Jilid I. Yogyakarta: Andi Offset
- Hartono, Kamus Praktis Bahasa Indonesia, 2000. Jakarta: PT.Rineka Cipta,
- Hendroyono, Tony. 2009. Facebook Haram? Beginilah Cara Menghalalkannya.

  Yogyakarta: PT.Bentang Pustaka
- Ibrahim, Nana Sudjana. 2009. *Penelitian dan Penilaian Paendidikan*, Bandung:
  Sinar Baru Algensindo

Kasiram, Moh. 2010 *Metodologi Penelitian Kualitatif – Kuantitatif.* Yogyakarta: UIN Maliki Press

Matsumoto, David. 2000. *Pengantar Psikologi Lintas Budaya*, Yogyajarta:

Pustaka Belajar

Margono, 1977. Metodologi Pendidikan, Jakarta: Rineka Cipta

Muhidin, Sambas Ali , 2007. *Analisis Korelasi Regresi Dan Jalur Dalam Penelitian*, Bandung: Pustaka Setia

Mulyana, Dedy. 2005. Ilmu Komunikas Suatu Pengantar. Bandung: Rosdakarya

Pooerwardamita, WJS. 1993. Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka

Poerwodarminto, 1993. Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka,

Tasmara, H Toto. 1997. Komunukasi Dakwah, Jakarta: Gaya Media Pratama

Taylor, Shelly. 2009. *Psikologi Sosial*, Jakarta: Kencana

Tung, Khoe. 2001. Teknologi Jaringan Internet. Yogyakarta: PT. Andi

Sudijono, Anas. 2000 *Pengantar Statistik pendidikan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada

Sugiyono, 2005. Memahami Penelitian Kualitatif, Bandung: Alfabeta

Sukardi, Dewa ketut. 1983. *Suatu Bimbingan dan Penyuluhan*, Surabaya: Usaha Nasional,

Sumarto, 1995. *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan*, Yogyakarata: Andi Offset

Sutedjo, Budi. 2007. *Pengantar Teknologi Informasi Internet Konsep dan Aplikasi*, Yogyakarta: Andi Yogyakarta

Sochoet, Hoeta. 2003. *Media Komunikasi*, Jakarta: Yayasan Kampus Tercinta-IISIP

Syukir, Asmuni. 1983. Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam, Surabaya: Al Ikhlas

### Non Buku

http://www.anneahira.com/pengertian-facebook.htm,

http://www.asal-usul.com/2009/03/facebook-data-dan-fakta-sejarah.html.

http://id.wikipedia.org/wiki/Sinema-Elektronik

http://id.wikipedia.org/wiki/Surat.

http://id.wikipedia.org/wiki/Poster

http://id.wikipedia.org/wiki/Buku.

http://id.wikipedia.org/wiki/Televisi

http://id.wikipedia.org/wiki/Film.

http://dakwah.sunan-ampel.ac.id/

identivy/,

http://www.serdadu 17.com/

http://www.ulilalbab.com/2011/05/dakwah-dengan-teladan-amal perbuatan.html.

http://www.kamusbesar.com/visual\_panel.php?word\_id=49850&save=true.

http://akhiemuftie.blogspot.com/2011/09/ketike-facebook-menjadi-lebih-

bernilai.html,

http://www.psikologizone.com/definisi-media-komunikasi-dan-

fungsinya/06511971.

http://lailaulfahkhairunisa.blogspot.com/2011/12/fenomena-situs-jejaring-sosial.html.

http://humaskotaprob.probolinggokota.go.id/serba-serbi/165-fenomena-facebook-dan-dampaknya.html.

http://asmarie.blogdetik.com/2009/09/19/fenomena-facebook-yang-spektakuler/, http://caturariadie.com/ilmu-komunikasi/media-nirmassa-sebagai-media-informasi-cyber-community.html.

http://www.scribd.com/doc/35907969/Internet-Sebagai-Media-Komunikasi,

BAB II : KAJIAN KEPUSTAKAAN	
A. Kajian Facebook sebagai Media Komunikasi Massa20	
1. Internet sebagai Media Komunikasi Massa	
2. Ketertarikan Masyarakat terhadap Facebook	
3. Efek sosial Facebook	
B. Kajian Tentang Aktivitas Dakwah	
1. Pengertian metode dalam aktivitas dakwah27	
2. Macam-macam Metode Dakwah28	
C. Kerangka Teoretik40	
D. Penelitian Terdahulu atau Relevan41	
BAB III : METODE PENELITIAN48	
A. Penelitian dan Jenis Pendekatan	
BAB IV : PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA61	
A. Setting Penelitian61	
Sejarah Berdirinya Komunikasi Penyiaran Islam61	
2. Visi dan Misi62	
3. Data Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam63	
4. Data Dosen Komuniksai Penyiaran Islam64	
5. Struktur Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam65	
B. Penyajian Data65	
C. Pengujian Hipotesis71	

D. Pembahasan Hasil Penelitian	88
BAB V : PENUTUP	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran	92

## Daftar Pustaka

# Lampiran-Lampiran

