

MINAT BERDAKWAH DI *CYBERMEDIA*
MAHASISWA KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM (KPI)
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROF KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
ANGKATAN 2019



PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
JURUSAN MANAJEMEN DAN KOMUNIKASI ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO 2023

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mohammad Irfan Agiel Razaky

NIM : 1717102021

Jenjang : S1

Fakultas : Dakwah

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa naskah skripsi berjudul **Minat Berdakwah Di Cybermedia Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Islam Negeri Prof Kiai Haji Saifuddin Zuhri Angkatan 2019** secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian tertentu bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Demikian pernyataan ini, apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya siap mempertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 26 Juli 2023

Yang Menyatakan



Mohammad Irfan Agiel Razaky

1717102021



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH

Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553 www.uinsaizu.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

MINAT BERDAKWAH DI CYBERMEDIA MAHASISWA KOMUNIKASI DAN
PENYIARAN ISLAM (KPI) UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF KIAI HAJI
SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO ANGKATAN 2019

Yang disusun oleh **Mohammad Irfan Agiel Razaky** NIM 1717102021 Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam (KPI) Jurusan Manajemen Dan Komunikasi Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diajukan oada hari Selasa 18 Juli 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Ilmu Komunikasi** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Pembimbing

Uus Uswatusolihah, MA.
NIP. 197703042003122001

Sekretaris Sidang/Penguji II

Atipa Muji, M.Kom
NIP.

Penguji Utama

Dedy Riyadi Saputra, M.I.Kom.
NIP. 198705252018011001

Mengesahkan
Purwokerto, 26-7-2023
Dekan



Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag.
NIP. 196912191998031001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan perbaikan seperlunya terhadap penulisan skripsi dengan:

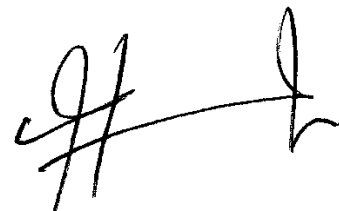
Nama : Mohammad Irfan Agiel Razaky
NIM : 1717102021
Jenjang : S1
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Jurusan : Manajemen dan Komunikasi Islam
Fakultas : Dakwah
Judul Skripsi : Minat Berdakwah di Cybermedia Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam (KPI) Universitas Islam Negeri Prof Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto Angkatan 2019

Sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk dimunaqosyahkan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Demikian atas perhatian Bapak, saya mengucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Purwokerto, 26 Juli 2023
Pembimbing



Uus Uswatusolihah S.Ag.MA.

NIP. 197703042003122001

MOTTO

“Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan,
Melainkan menguji kekuatan akarnya”

-Ali Bin Abi Thalib-



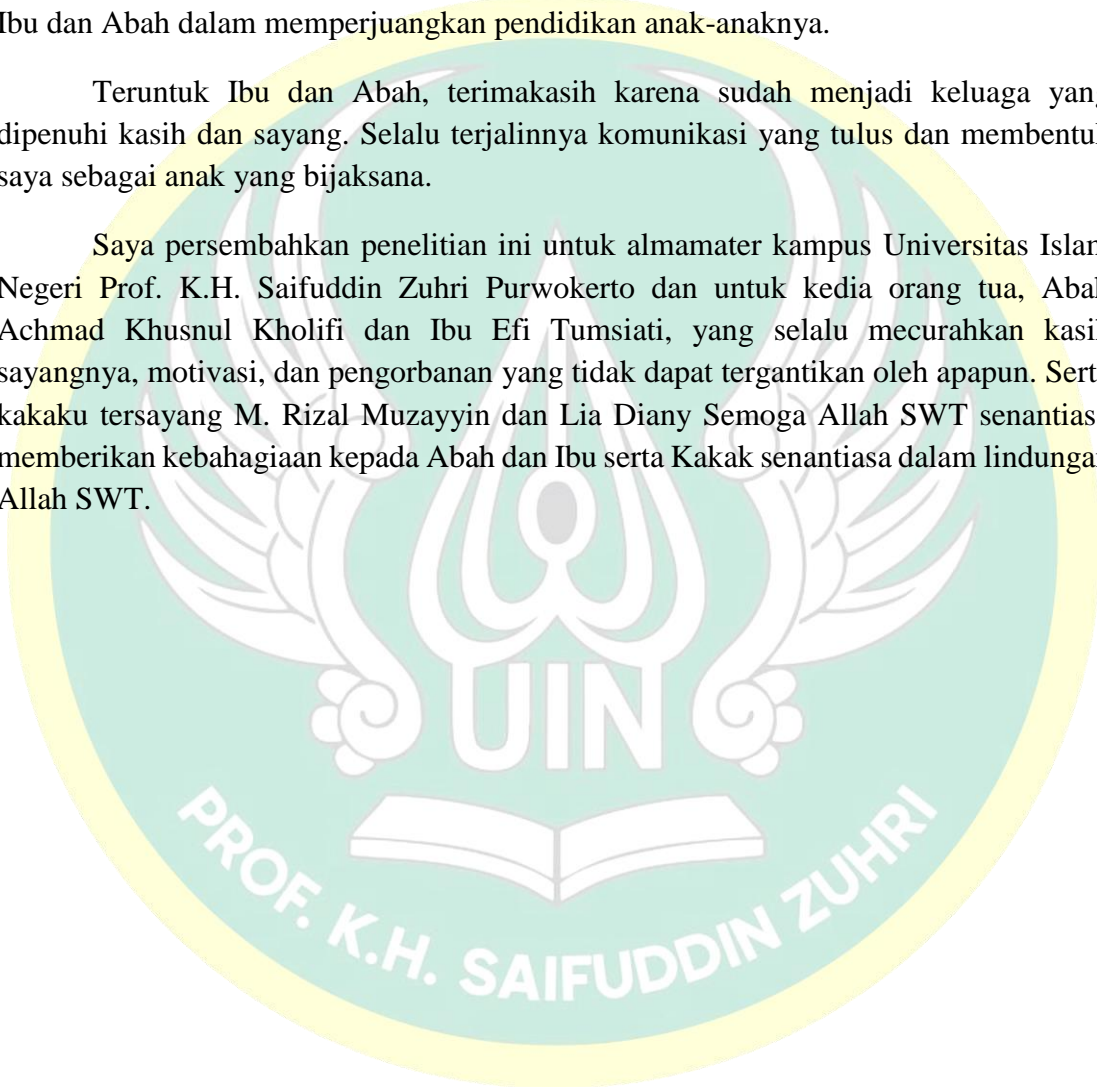
PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan saya nikmat iman, dan islam sehingga saya dapat menyelesaikan karya ilmiah ini, sebagai tanda bukti tanggung jawab saya kepada Ibu Abah, yang senantiasa percaya kepada mimpi anak bungsunya ini. Bukti kecil ini, semoga dapat sedikit mengobati jerih apayah Ibu dan Abah dalam memperjuangkan pendidikan anak-anaknya.

Teruntuk Ibu dan Abah, terimakasih karena sudah menjadi keluarga yang dipenuhi kasih dan sayang. Selalu terjalinnya komunikasi yang tulus dan membentuk saya sebagai anak yang bijaksana.

Saya persembahkan penelitian ini untuk almamater kampus Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan untuk kedia orang tua, Abah Achmad Khusnul Kholifi dan Ibu Efi Tumsiasi, yang selalu mecurahkan kasih sayangnya, motivasi, dan pengorbanan yang tidak dapat tergantikan oleh apapun. Serta kakaku tersayang M. Rizal Muzayyin dan Lia Diany Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kebahagiaan kepada Abah dan Ibu serta Kakak senantiasa dalam lindungan Allah SWT.



**MINAT BERDAKWAH DI *CYBERMEDIA* MAHASISWA KOMUNIKASI DAN
PENYIARAN ISLAM (KPI) UIN PROF KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO ANGKATAN 2019**

Mohammad Irfan Agiel Razaky

1717102021

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Salah satu profil prodi KPI UIN Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto adalah memiliki kompetensi lulusan sebagai profesi Da'i. prodi KPI UIN Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto juga mengantarkan mahasiswa/i dalam menggunakan *cybermedia* secara baik sesuai dengan tujuan dari fakultas dakwah salah satunya, menghasilkan lulusan yang mulia profesional di bidang ilmu komunikasi dan penyiaran islam, menghasilkan model-model pengabdian dan pendampingan masyarakat dengan pendekatan komunikasi dan penyiaran islam dan memiliki komitmen dakwah yang tinggi. Hal tersebut juga didukung dari mahasiswa/i yang membuat konten dakwah di *cybermedia*, seperti *Youtube*, *Instagram*, *Blog*, dll. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana minat berdakwah mahasiswa KPI UIN Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto Angkatan 2019.

Penelitian ini dilakukan menggunakan penelitian lapangan (*field research*). Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif dimana penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu; Angket/Kuesioner dalam bentuk *googleform*. Dengan langkah-langkah analisis data sebagai berikut: Reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar minat berdakwah mahasiswa KPI UIN Kiai Haji Saifuddin Zuhri angkatan 2019 rendah, hanya 27%, meskipun 76% mahasiswa menyukai mata kuliah yang berkaitan dengan dakwah dan media. Kemudian faktor yang paling berpengaruh berasal dari faktor eksternal, yakni pengaruh tokoh dengan persentase 43%, salah satu tokoh tokoh publik yang dipilih yaitu Ustadz Hanan Attaki yaitu 36,4%. Kemudian jenis *cybermedia* yang banyak diminati mahasiswa KPI angkatan 2019 dalam berdakwah adalah *instagram* dan *youtube* dengan presentase 45% dan 24%.

Kata Kunci: Minat, Dakwah, Cybermedia

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada junjungan kita Rasulullah Nabi Agung Muhammad SAW yang selalu kita nantikan syafa'atnya di hari kiamat kelak.

Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. KH. Moh. Roqib, M.Ag., Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Abdul Basit, M.Ag., Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Uus Uswatusolihah, M.A., Ketua Jurusan Manajemen Komunikasi Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. Alief Budiyo, M.Pd, Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom, Koordinator Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Uus Uswatusolihah, M.A., Selaku dosen pembimbing skripsi saya. Saya ucapkan banyak terimakasih kepada Ibu yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, koreksi serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh Segenap Civitas Akademika Universitas Islam Negeri (UIN) Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Ibu dan Abah tercinta, Ibu Efi Tumsiaty dan Abah Achmad Khusnul Kholifi yang selalu mencurahkan segala kasih sayangnya, motivasi, dan pengorbanan yang tidak dapat tergantikan oleh apapun. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kebahagiaan kepada Bapak dan Ibu serta senantiasa dalam lindungan Allah SWT.

9. Terimakasih kepada Kakak penyusun, M. Rizal Muzayyin dan Lia Diany yang selalu memberikan motivasi, semangat, serta doa.
10. Teman-teman seperjuangan KPI A Angkatan 2017 untuk selalu semangat dalam berjuang dan berproses untuk menyelesaikan perkuliahan, terimakasih atas kebersamaan kita selama ini dalam keadaan suka maupun duka.
11. Terimakasih untuk teman terbaik penyusun M. Fadli Abdillah, M. Faza Falahi, Gendin M.R.A, Intan Febriani, Fika Rosita, Zalfa Syabni A.
12. Kawan-kawan FUTSAL KPI 2017, terima kasih telah menjadi wadah untuk berolahraga dan meraih prestasi lewat hobi.
13. Terimakasih teman-teman kos Yosti, Fahmi Yulian Idris, M. Agma Maulana serta Kontrakan *Homesweethome*, Sisworo Catur Pamungkas, Yudo Nurcholis, Rizky Prastyo, Farhan Nur E. Annas Luthfi dan penghuni lain Aziz Al-Majid, Ahmad Mutaqin yang sudah menjadi teman sekaligus keluarga baru yang selama ini sudah menemani hidup di purwokerto sekaligus tempat mengeluh semoga tali silaturahmi akan selalu terjaga.
14. Semua pihak yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan moril maupun materil dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan. Untuk itu, kritik dan saran yang bersifat membangun selalu penulis harapkan. Semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat untuk penulis dan pembaca. Semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Purwokerto, 26 Juli 2023

Penulis,



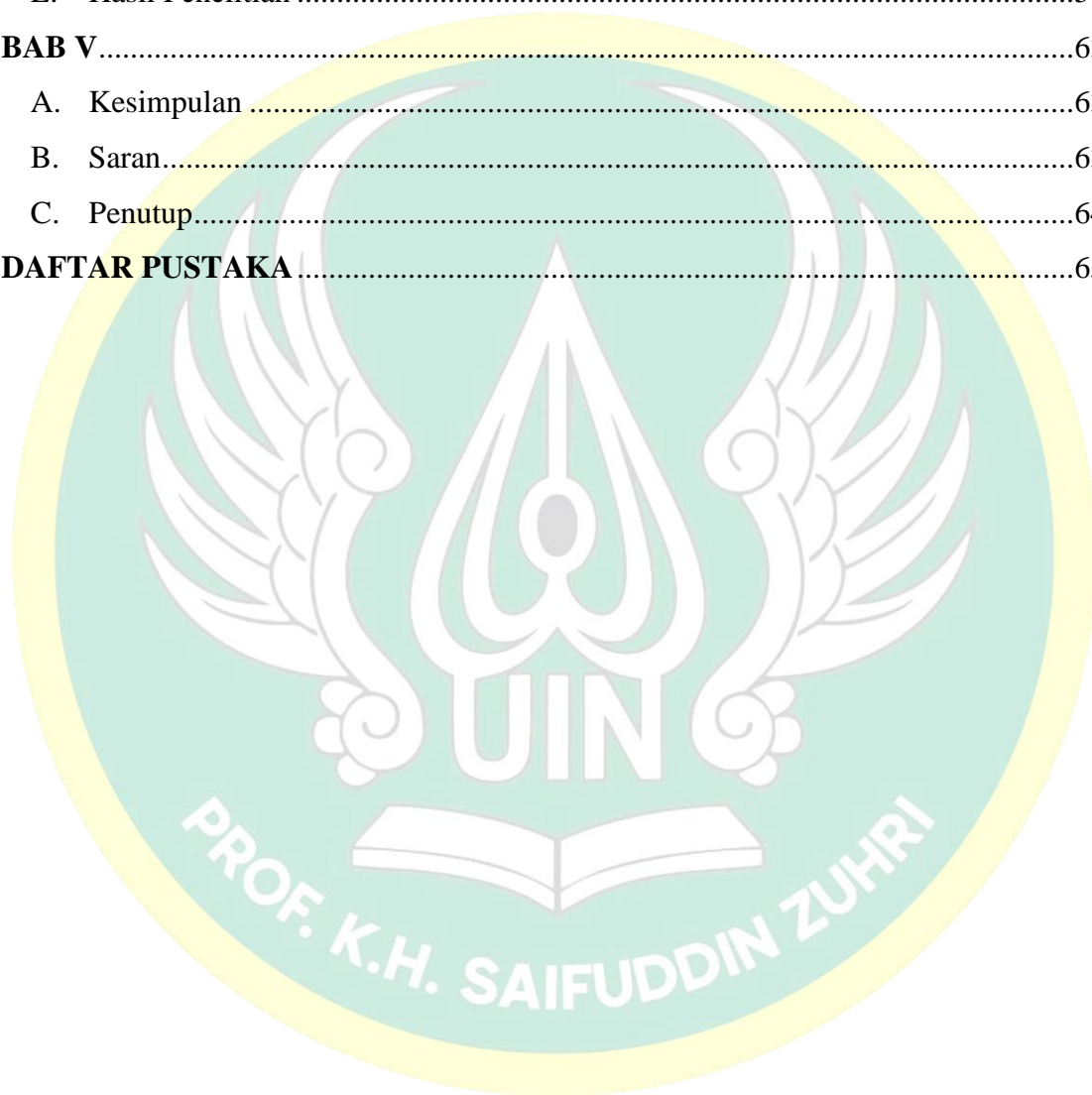
Mohammad Irfan Agiel Razaky

NIM. 1717102021

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL COVER	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	4
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	9
F. Kajian Pustaka.....	9
G. Sistematika Pembahasan	13
BAB II	15
A. Minat Berdakwah Pada Mahasiswa	15
B. Cybermedia	20
C. Mahasiswa.....	25
D. Hipotesis.....	26
BAB III	27
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	27
B. Teknik Pengumpulan Data.....	28
C. Variabel dan Indikator.....	30
D. Metode Analisis Data.....	31

BAB IV	33
A. Deskripsi Data	33
B. Penyajian Data	45
C. Presentase Perolehan Skor	47
D. Analisis Data	47
E. Hasil Penelitian	57
BAB V	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran	63
C. Penutup	64
DAFTAR PUSTAKA	65



DAFTAR TABEL

- Tabel 3.1 : Jumlah Mahasiswa KPI Angkatan 2019
- Tabel 3.2 : Variabel dan Indikator
- Tabel 4.1: Jumlah Mahasiswa Aktif KPI Angkatan 2019
- Tabel 4.2 : Jumlah responden kuesioner minat mahasiswa *dicybermedia* pada mahasiswa KPI Angkatan 2019
- Tabel 4.3 : Skala Likert
- Tabel 4.4 : Pembelajaran dakwah dan media pada mahasiswa Minat menjadi da'i pada mahasiswa KPI Angkatan 2019
- Tabel 4.5 : Olahan SPSS “Mata kuliah dakwah dan media membantu mahasiswa KPI angkatan 2019 menjadi Da’i.”
- Tabel 4.6 : Olahan SPSS ” Mahasiswa KPI angkatan 2019 senang dengan mata kuliah yang berhubungan dengan dakwah dan media.”
- Tabel 4.7 : Olahan SPSS “Mahasiswa KPI memilih fakultas dakwah karena ingin menjadi Da’i.”
- Tabel 4.8 : Olahan SPSS “Mahasiswa KPI angkatan 2019 berminat menjadi pendakwah/Da’i”
- Tabel 4.9 : Minat menjadi da'i pada mahasiswa KPI Angkatan 2019
- Tabel 4.10 : Olahan SPSS “Lingkungan kampus mempengaruhi mahasiswa KPI angkatan 2019 menjadi seorang pendakwah/Da’i.”
- Tabel 4.11 : Olahan SPSS “Mahasiswa KPI angkatan 2019 suka membagikan konten dakwah di *cybermedia*.”
- Tabel 4.12 : Faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa KPI Angkatan 2019 menjadi da'i
- Tabel 4.13 : Tokoh publik yang mempengaruhi mahasiswa KPI Angkatan 2019 menjadi da'i
- Tabel 4.14 : Kesiapan minat mahasiswa KPI Angkatan 2019 menjadi da'i
- Tabel 4.15 : Jenis platform jenis platform *cybermedai* yang diminati mahasiswa KPI Angkatan 2019 untuk berdakwah
- Tabel 4.16 : Tujuan mahasiswa KPI Angkatan 2019 menjadi da'i
- Tabel 4.17 : Hasil Kuesioner

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penulisan

Lampiran 2 : Tabulasi Data Kuesioner

Lampiran 3 : Dokumentasi Penulisan

Lampiran 4 : Blangko Bimbingan Skripsi



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia media khususnya dalam komunikasi sangat berkembang begitu pesat. Dalam dunia komunikasi tak terlepas dengan fasilitas yang namanya internet dan media online. Berbagai fasilitas tersebut merupakan alternatif yang efektif dalam upaya menghubungkan individu satu dengan individu lainnya agar terjalin hubungan mitra pembangunan yang harmonis, dan saling menguntungkan.

Dengan jaringan internet sebagai saluran komunikasinya dan informasi interaktif yang menjangkau seluruh dunia, peranan media baru tersebut menjadi sangat dominan. Semua media lama akan menjadi tradisional jika tidak melibatkan diri dalam jaringan *cyberspace*.¹ Semua itu dipersiapkan agar media mampu menjadi bagian dari sistem global.

Disamping media komunikasi yang telah terlebih dahulu akrab dan diterima khalayak seperti media cetak dan media elektronik, media online kini telah menjadi salah satu media komunikasi yang mulai mendapat banyak perhatian dari masyarakat. Keberadaannya juga mulai menjadi favorit bagi seluruh lapisan masyarakat. Media online (online media) juga berarti media massa yang tersaji secara online di situs web (website) internet.²

Media online saat ini berkembang begitu cepat, seperti tiada batas. Bahkan saat ini mulai lahir banyak situs-situs dakwah berbasis online, Dakwah merupakan bagian yang sangat penting di dalam Islam, karena berkembang tidaknya ajaran agama Islam dalam kehidupan masyarakat merupakan aktifitas dari berhasil tidaknya dakwah yang dilaksanakan, sebagai ajaran yang menuntut penyampaian dan penyebaran.

¹William Gibson, *Burning Chrome*, 1982 (On-line):tersedia di http://id.wikipedia.org/wiki/dunia_maya (20 April 2017)

² Rizky purwo darminto, Fungsi media online dan manfaatnya bagi pengembangan pesan dakwah kepada public, 2017, skripsi, hlm. 4

Untuk itu dakwah haruslah dikemas dengan cara dan metode yang tepat dan pas. Dakwah harus tampil secara aktual, faktual, dan kontekstual. Perkembangan masyarakat yang semakin meningkat, tuntutan yang sudah semakin beragam, membuat dakwah tidak bisa lagi dilakukan secara tradisional.³

Teknologi informasi atau *cybermedia* merupakan sebuah cara yang paling efisien, segala informasi dapat di akses dengan mudah, kapanpun dan dimanapun. Seiring dengan kemajuan teknologi, hal ini memberikan dampak positif juga terhadap penyebarluasan informasi tentang ajaran-ajaran agama Islam sebagai sarana berdakwah. Cara berdakwah pun mengalami perkembangan. Kita mendapati hal-hal baru dalam tatacara berdakwah. Dakwah tidak lagi hanya dilakukan sederhana seperti khutbah di masjid-masjid saja, sekolah, kantor atau tempat-tempat formal lainnya, akan tetapi mulai memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi internet seperti website atau blog, jejaring sosial, video sharing dan sebagainya.

Disamping itu kelebihan penggunaan *cybermedia* dapat memberikan kebebasan mengakses tanpa batasan sehingga dapat berdampak negatif bagi pengakses. Dalam konteks dakwah islam *cybermedia* digunakan sebagai lahan kemaksiatan-kemaksiatan seperti pornografi dan perjudian yang dilakukan secara online. Dampak negatif lain dari *cybermedia* seperti digunakan oleh sebagian kelompok orang yang berorientasi pada kesenangan hidup dunia dan hawa nafsu dengan dorongan materialism dan kapitalisme.

Program Studi (prodi) Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Universitas Islam Negeri Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto merupakan prodi yang dapat mengantarkan mahasiswa dalam menggunakan *cybermedia* secara baik, sesuai dengan tujuan dari fakultas dakwah yaitu; menghasilkan lulusan yang mulia professional di bidang ilmu komunikasi dan penyiaran islam, serta memiliki komitmen dakwah yang tinggi, menghasilkan oenelitian dibidang komunikasi dan penyiaran islam yang progresif dan itegratif, menghasilkan model-model

³ Rizky purwo darminto, *Fungsi media online dan manfaatnya bagi pengembangan pesan dakwah kepada public*, 2017, skripsi, hlm.5

pengabdian dan pendampingan masyarakat dengan pendekatan komunikasi dan penyiaran islam, dan mewujudkan tata kelola program studi yang berstandar nasional dan internasional.⁴ Namun, mahasiswa belum seluruhnya menggunakan *cybermedia* sebagai media dalam berdakwah. Optimalisasi berdakwah di *cybermedia* dapat membuat pengguna setidaknya dikenal sebagai pendakwah dan pembuat konten di lingkungannya, atau memiliki pendapatan dari YouTube, Blog, Website Instagram, dll. Indikator tersebut merupakan ciri seorang pembuat konten sukses yang nampak di dunia nyata, sedangkan di dunia maya, ia memiliki akun media sosial yang banyak dikunjungi pengguna internet lainnya dengan trafik yang tinggi dan sebagainya. Meskipun demikian, tentu ada mahasiswa KPI yang menggunakan *cybermedia* dan memiliki motivasi sendiri dalam menggunakannya. Hal ini perlu diketahui sebagai langkah awal untuk mengetahui pemanfaatan dan optimalisasi *cybermedia* bagi mahasiswa KPI.

Sebagian dari mahasiswa sudah mulai memanfaatkan *cybermedia* sebagai alat untuk menyampaikan dan membagikan pesan dakwah. Namun perlu dicatat bahwa pada saat yang sama, tantangan dan permasalahan dakwah pun semakin berat dan kompleks apalagi pada saat pandemi, seperti penguasaan sarana dan media-media informasi yang muncul belakangan ini, belum mengerti tentang *cybermedia*, tidak memiliki alat yang memadai, masih banyak mahasiswa yang gagap teknologi atau gaptex sehingga mereka kesulitan dalam memanfaatkan media dalam berdakwah, belum mengetahui dapat mendapatkan penghasilan dari dakwah melalui *cybermedia*, dan mahasiswa masih belum mengetahui manfaat lain *cybermedia* dan hanya menggunakan *cybermedia* sebagai hiburan saja.

Di era sekarang sudah banyak bermunculan media online yang dijadikan sebagai konten dakwah seperti YouTube, Blog, Web (Website), Instagram. Hal ini yang kemudian dimanfaatkan oleh mahasiswa menjadi sarana komunikasi serta media dakwah dan akses pesan-pesan dakwah yang ada di media online.

⁴ "Fakultas Dakwah – UIN Saizu Purwokerto", uinsaizu.ac.id, <https://uinsaizu.ac.id/fakultas-dakwah-3/>

Bahkan sekarang sudah banyak mahasiswa khususnya di Fakultas Dakwah UIN Saizu Purwokerto yang memiliki akun berbasis konten dakwah. Penulis mencatat kurang lebih 10 mahasiswa Fakultas Dakwah UIN Saizu Purwokerto yang berdakwah dengan menggunakan *cybermedia* diantaranya, seperti Instagram Devi Widiyawati, Youtube A'il Firman, Syeh Nofal, Blog catatankhanifah.blogspot.com (Khaniffah Nur), dyantisumpenowati.blogspot.com (Dyati), frasasandekala.blogspot.com (Afik Fathur Rahman, Muchammad Aji, Fatih Amrulloh), dedeogie.blogspot.com (Adi Prayogi), dan beberapa lainnya menyebarkan konten dakwahnya melalui *Whatsapp* pada fitur *Whatsapp Story*. Namun jika dibandingkan dengan jumlah mahasiswa KPI angkatan 2019 yang berjumlah 128 orang, jumlah penggunaan *cybermedia* untuk berdakwah masih sedikit.

Dalam penelitian ini, penulis akan lebih fokus membahas tentang bagaimana minat berdakwah di *cybermedia* pada mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam fakultas dakwah dan komunikasi UIN Saizu Purwokerto. Seperti yang penulis sudah paparkan diatas mahasiswa KPI UIN Saizu Purwokerto hanya memiliki beberapa mahasiswa yang berdakwah di *cybermedia*. Penelitian ini diharapkan untuk mengetahui presentase mahasiswa yang memanfaatkan *cybermedia* sebagai media dakwah.

Berdasarkan paparan diatas maka saya tertarik akan melakukan penelitian untuk mengetahui minat mahasiswa berdakwah di *cybermedia*. Penelitian ini berjudul: Minat Berdakwah Di *Cybermedia* Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Saizu Purwokerto Angkatan 2019.

B. Definisi Operasional

1. Minat Berdakwah

Minat menurut KBBI ialah sikap yang tinggi terhadap sesuatu. Dengan kata lain, setiap orang mempunyai minat yang mungkin berbeda daripada orang lain. Rasa ingin tahu berkait rapat dengan keinginan seseorang untuk

belajar. mungkin berubah bergantung pada keperluan, pengalaman dan trend bukan bawaan sejak lahir.⁵

Menurut Semiawan, Minat adalah suatu keadaan mental yang menghasilkan respon terarahkan kepada suatu situasi atau obyek tertentu yang menyenangkan dan memberi kepuasan (*satisfiers*). Definisi ini menjelaskan bahwa minat berfungsi sebagai daya penggerak yang mengarahkan seseorang melakukan kegiatan tertentu yang spesifik.

Menurut Sundjaja, Minat merupakan sesuatu kecenderungan yang menyebabkan seseorang berusaha untuk mencari ataupun mencoba aktivitas-aktivitas dalam bidang tertentu. Minat juga diartikan sebagai sikap positif terhadap aspek-aspek lingkungan. Selain itu, minat juga merupakan kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan menikmati suatu aktivitas disertai dengan rasa senang.⁶

Menurut terminologis, demikian Toha Yahya Omar, dakwah ialah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah, untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat. Dakwah, dalam pengertian Endang S. Anshari, menyampaikan Islam kepada manusia secara lisan, tulisan, atau lukisan.⁷ Menurut Ahmad Mubarak, dakwah adalah upaya mempengaruhi orang lain agar mereka bersikap dan bertingkah laku islami.⁸

Menurut Ali Mahfud, dakwah adalah upaya menganjurkan umat manusia untuk berbuat kebaikan, mengikuti petunjuk, amar makruf, dan nahi munkar agar mereka memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat. Oleh sebab itulah, dakwah dalam bentuknya ada tiga macam, yaitu: 1), dakwah yang dilakukan umat Muhammad terhadap seluruh umat manusia

⁵Kamus besar bahasa indonesia, "Minat" , di akses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/minat>, pada tanggal 19 november 2018 pukul 22.02 WIB

⁶ Zuhdi Ahsan, *Hubungan Minat Fotografi Dengan Motivasi Bekerja Pada Anggota Organisasi Jhepret Club Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang*, Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, hlm 8, 2012

⁷ Udi Mufradi mawardi, *Teologi Dakwah*. h. 43. Lihat Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah*, Jakarta: Gaya Media Pratama, 1987., hlm 31-32.

⁸ Udi Mufradi mawardi, *Teologi Dakwah*. h. 43. Lihat Ahmad Mubarak, *Psikologi Dakwah*, Jakarta: Pustaka Firdaus, 1999, hlm 3.

non Islam, agar mereka memeluk agama Islam. 2), dakwah yang dilakukan oleh sebagian umat Islam yang berkompeten dalam bidang agama Islam terhadap sesama muslim, mengenai ajaran Islam dan hikmahnya. 3), dakwah yang dilakukan oleh individu muslim terhadap individu muslim lainnya, untuk saling menasihati agar berbuat kebaikan, menegakkan kebenaran, mempertahankan kesabaran, dan meninggalkan kemungkar.

Berdasarkan uraian diatas, minat berdakwah dalam penelitian ini adalah adalah sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan upaya untuk mengajak atau usaha menyampaikan sesuatu kebaikan kepada seluruh umat manusia tentang pandangan dan tujuan hidup.

2. Cybermedia

Media siber (*cybermedia*) merupakan bagian tidak terpisahkan dari perkembangan tersebut. Kehadirannya bagaikan dua sisi mata uang. Selain menjadi media baru yang mudah diakses dan murah, namun juga menyebabkan tergerusnya media tradisional sebagai produk layanan. Keberadaannya tidak hanya menambah keragaman media. Tetapi juga telah menjadi salah satu pesaing industri media dalam penjualan dan periklanan. Dari sini kemudian mengundang para akademisi dan praktisi media untuk melakukan riset terhadap media siber.⁹

Dari uraian diatas, Cybermedia dalam penelitian ini adalah sebuah media komunikasi untuk menyebarkan informasi dalam bentuk teknologi lewat internet. Beberapa macam *cybermedia* seperti media sosial (instagram, youtube, whatsapp story), web, surat elektronik (*email*) dll.

3. Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam UIN Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto

Menurut KBBI Mahasiswa adalah orang yang belajar di perguruan tinggi baik di universitas, institut atau akademi. Mereka yang terdaftar sebagai murid di perguruan tinggi dapat disebut sebagai mahasiswa.¹⁰

⁹ Dr. Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)*

¹⁰ Kamus besar bahasa indonesia, "Mahasiswa", diakses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Mahasiswa>, pada tanggal 19 november 2018 pukul 22.15 WIB.

Menurut Siswoyo, mahasiswa dapat didefinisikan sebagai individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi. Mahasiswa dinilai memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir dan perencanaan dalam bertindak. Berpikir kritis dan bertindak dengan cepat dan tepat merupakan sifat yang cenderung melekat pada diri setiap mahasiswa, yang merupakan prinsip yang saling melengkapi.¹¹

Seorang mahasiswa dikategorikan pada tahap perkembangan yang usianya 18 sampai 25 tahun. Tahap ini dapat digolongkan pada 19 masa remaja akhir sampai masa dewasa awal dan dilihat dari segi perkembangan, tugas perkembangan pada usia mahasiswa ini ialah pematangan pendirian hidup.¹²

Mahasiswa menurut beberapa ahli yang telah dipaparkan mahasiswa yang dimaksud dalam penulis adalah mahasiswa yang memiliki kemampuan intelektualnya, dengan pemikiran-pemikiran cemerlang mahasiswa diharapkan bisa membantu memberikan bantuan moril dan juga materil kepada masyarakat dan bangsa yang berlaku jujur dan beretika baik dengan memberikan informasi yang tepat dan terpercaya.

Komunikasi Penyiaran Islam adalah salah satu Prodi yang ada di fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi di UIN Saizu Purwokerto yang melaksanakan Pendidikan akademik atau professional dalam cabang ilmu pengetahuan komunikasi dan penyiaran islam.

Universitas Islam Negeri Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto atau disingkat UIN Saizu Purwokerto adalah salah satu institut negeri di Kota Purwokerto, Indonesia. Universitas ini berada di bawah Kordinator Kementerian Agama RI yang menyelenggarakan Pendidikan setingkat

¹¹ Julipah al munawaroh, *Penerapan Did Berbasis Ilearning Media Guna Meningkatkan Daya Kompetensi Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi*, diakses dari <https://widuri.raharja.info/index.php/TA1333376324>. pada tanggal 19 november 2018 pukul 22.31 WIB.

¹² Julipah al munawaroh, *"Penerapan Did Berbasis Ilearning Media Guna Meningkatkan Daya Kompetensi Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi"*, diakses dari <https://widuri.raharja.info/index.php/TA1333376324>. pada tanggal 19 november 2018 pukul 22.31 WIB

sarjana S.1 dan Master S.2. Lokasi kampus UIN Saizu Purwokerto berada di Jalan Ahmad Yani No 40A Purwokerto.

Mahasiswa prodi Komunikasi Penyiaran Islam yang menggunakan *cybermedia* dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif angkatan 2019 program studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Universitas Islam Negeri (UIN) Saizu Purwokerto yang dalam hal ini menggunakan *cybermedia* seperti media sosial (instagram, youtube, whatsapp story), web, surat elektronik (email) dll untuk membuat dan menyebarkan konten-konten dakwah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang diatas dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Mahasiswa prodi Komunikasi Penyiaran Islam UIN Saizu Purwokerto Memiliki Minat Untuk Berdakwah di *Cybermedia*?
2. Bagaimana Tingkat Minat Berdakwah di *Cybermedia* Pada Mahasiswa Komunikasi dan penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Saizu Purwokerto Angkatan 2019?
3. Faktor Apa Saja yang Mempengaruhi Minat Berdakwah di *Cybermedia* Pada Mahasiswa Komunikasi dan penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Saizu Purwokerto Angkatan 2019?

D. Tujuan Penelitian

Yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana Minat Berdakwah di *Cybermedia* Pada Mahasiswa Komunikasi dan penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Saizu Purwokerto Angkatan 2019.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi Minat Berdakwah di *Cybermedia* Pada Mahasiswa Komunikasi dan penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Saizu Purwokerto Angkatan 2019.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penulisan ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya adalah:

1. Manfaat secara teoritik

Secara Teoritis, penelitian ini dimaksud agar menjadi sumbangan pemikiran berdakwah di *cybermedia* yang mana mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Saizu Purwokerto masih kurang berminat di dalam memanfaatkan media sebagai tempat berdakwah. Disamping itu, hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan ilmu dakwah dan media yang peroleh dibangku perkuliahan dan hasil penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan tentang ilmu dakwah dan media.

2. Manfaat secara praktis

Diharapkan dapat menjadi wacana bagi para civitas akademik di jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Saizu Purwokerto tentang ilmu dakwah dan media sehingga dapat dijadikan acuan untuk meningkatkan minat mahasiswa menjadi pendakwah di *cybermedia*.

F. Kajian Pustaka

Kajian pustaka ini untuk menghindari kesamaan dan untuk menghindari plagiasi dengan penelitian lain yang sejenis diantaranya adalah :

Pertama, Hasil penelitian Eko Sumadi, yang berjudul *Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi*. Dari STAIN Kudus dilakukan pada 2016. Penelitian ini membahas tentang konsep dakwah menurut Islam dan peran media sosial dalam berdakwah. Secara mendasar, dakwah meliputi isi (esensi) dan cara (metode). Isi (materi) memang harus disampaikan sesuai dengan sumber normativitas agama, namun juga dituntut adanya kontekstualisasi. Apalagi metode penyampainnya, harus senantiasa seiring dan selaras dengan perkembangan zaman. Persamaan penelitian adalah membahas

tentang dakwah dan media sosial. Perbedaan penelitian adalah lingkup/cakupan penelitian.¹³

Kedua, Hasil penelitian Gilang Ralas Ksentra, yang berjudul *Minat Mahasiswa Dalam Aktifitas Dakwah Melalui Media Sosial Facebook*. Dari UIN Raden Intan Lampung dilakukan pada 2020. Penelitian ini membahas tentang minat mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2015 dalam melakukan aktifitas dakwah melalui media sosial facebook yang masih rendah. Hal ini dikarenakan banyak mahasiswa yang kurang kemauan dan kesadaran akan pentingnya berdakwah dimanapun tempatnya salah satunya di media sosial facebook. Rendahnya minat melakukan aktifitas dakwah melalui media sosial facebook juga dilatarbelakangi oleh beberapa faktor yang meliputi kondisi mad'u partisipasi mahasiswa dan lingkungan pergaulan sehari-hari. Persamaan penelitian ini adalah tentang minat mahasiswa berdakwah di media. Perbedaan penelitian adalah penelitian ini hanya memilih satu sosial media (facebook).¹⁴

Ketiga, Hasil penelitian Rizki Haikiki, yang berjudul *Dakwah Di Media Sosial (Etnografi Virtual pada Fanpage Facebook KH. Abdullah Gymnastiar)*. Dari UIN Syarif Hidayatullah Jakarta dilakukan pada 2016. Penelitian ini membahas tentang ruang media, dokumen media, objek media dan pengalaman media dalam fanpage Facebook KH. Abdullah Gymnastiar, dalam ruang media, fanpage Facebook yang dipakai oleh Aa Gym adalah fanpage Facebook komunitas yang digunakan sebagai media dakwah. Dalam dokumen media, konten dakwah Aa Gym dalam fanpage Facebook berupa tulisan, foto, audio, video. Dalam objek media, mad'u Aa Gym di fanpage Facebook bisa berinteraksi dengan mad'u lainnya. Dalam level ruang media, Aa Gym menggunakan fanpage Facebook sebagai media dakwah guna memperluas jangkauan dakwahnya. Persamaan penelitian ini adalah tentang dakwah dan media sosial. Perbedaan penelitian ini adalah penelitian ini membahas dalam

¹³ Eko Sumadi, *Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebajikan Tanpa Diskrimasi*. *Jurnal At-Tabsyir* Vol. 4, No. 1 Juni 2016. (Kudus: STAIN Kudus, tahun 2016). Hlm 176. Diambil dari <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/2912/2083> Diakses tanggal 3 Maret 2019. Jam 23:10 WIB.

¹⁴ Gilang Ralas Ksetra. *Minat Mahasiswa Dalam Aktifitas Dakwah Melalui Media Sosial Facebook*. *Skripsi* (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2020)

lingkuan ruang media, dokumen media, objek media dan pengalaman media dalam *fanpage* Facebook.¹⁵

Keempat, Hasil penelitian Khoiro Amanullah, yang berjudul Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Dakwah (Strategi komunikasi dakwah pada akun instagram @komik.alsantri). Dari UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dilakukan pada 2021. Penelitian ini membahas tentang strategi komunikasi dakwah pada akun instagram @komik.alsantri sebagai media dakwah yang dapat disimpulkan bahwa setiap indikator strategi komunikasi didapati kekuatan yaitu : pengelola dan ilustrator merupakan santri, sumber daya bergabung dengan komunikat santri digital, Instagram yang sangat cocok dengan visual komik, keaslian visual komik. Kelemahan yang dimiliki : sumber daya terbatas, pengelola sudah tidak menjadi santri, kesulitan membaca algoritma Instagram.¹⁶

Kelima, hasil penelitian Imas Mutiawati, yang berjudul Dakwah Di Media Sosial (Studi Fenomenologi Dakwah di Instagram). Dari UIN Walisongo Semarang dilakukan pada 2018. Penelitian ini membahas tentang fenomena dakwah di instagram dan bentuk metode *Bil Lisan, Bil Qalam dan Bil Hal* yang dapat dilakukan melalui media instagram. Dapat disimpulkan bahwa fenomena dakwah melalui jejaring media sosial instagram kian marak, ditandai dengan banyaknya para aktifis dakwah yang memanfaatkan media sosial instagram sebagai media berdakwahnya. dipicu oleh banyaknya generasi milenial yang menggunakan dan menyukai instagram, juga kesadaran para da'i bahwa instagram merupakan media sosial yang mempunyai kekuatan luar biasa untuk membuat viral suatu konten dan kesadaran bahwa saat ini merupakan era dari audio visual. Pemanfaatan instagram sebagai media dakwah dapat menjembatani kemajuan teknologi dengan proses dakwah, dimana pengguna dapat mengakses informasi seputar dunia Islam tanpa kendala waktu, biaya dan tempat. Persamaan penelitian ini adalah membahas tentang dakwah di media sosial.

¹⁵ Riski Haikiki, Dakwah Di Media Sosial (Etnografi Virtual pada Fanpage KH. Adullah Gymnastiar). *Skripsi* (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatillah, 2016)

¹⁶ Khairul Amanillah, Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Dakwah (Strategi Komunikasi Dakwah Pada Akun Instagram @komik.alsantri). *Skripsi* (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021).

Perbedaan penelitian ini adalah membahas tentang studi fenomenologi dakwah di instagram.¹⁷

Keenam, Hasil penelitian Iqrom Faldiansyah, yang berjudul Dakwah Media Sosial: Alternatif Dakwah Kontemporer. Dari IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung dilakukan pada 2020. Penelitian ini membahas tentang Dakwah media sosial mempunyai banyak kelebihan diantaranya, mampu menembus batas ruang dan waktu dengan biaya dan energi yang relatif terjangkau. Dakwah media sosial telah menjadi varian pilihan masyarakat. Mereka bebas memilih materi dakwah yang mereka sukai. Dengan demikian, dakwah pun lebih egaliter dan jauh dari kesan pemaksaan. Metode penyampaian yang variatif membuat dakwah media sosial bisa menjangkau mad'u yang lebih luas. Gerakan dakwah harus menaruh perhatian terhadap berbagai persoalan pengiring yang muncul di masyarakat.¹⁸

Ketujuh, Hasil penelitian Nazarullaah Nazarullah, yang berjudul Efektivitas Cybermedia Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah Modern. Dari UIN Ar-Rinary dilakukan pada 2017. Penelitian ini membahas tentang efektivitas *cybermedia* sebagai sarana komunikasi dakwah modern, dengan fokus pada beberapa permasalahan, yaitu gambaran umum tentang *cybermedia*, pengertian dakwah dan kemungkinan internet menjadi media dakwah serta strategi dan pemanfaatan internet dalam berdakwah di era modern. sudah seharusnya umat Islam secara umum dan para pendakwah secara khusus memanfaatkan media baru internet sebagai sarana dalam berdakwah agar lebih efektif. Selanjutnya , dengan menjadikan *cybermedia* atau internet sebagai media dakwah saat ini, maka sesungguhnya para pelaku dakwah telah meneguhkan pola dakwah modern tersebut. Persamaan penelitian adalah tentang *Cybermedia* sebagai

¹⁷ Imas Mutiawati. Dakwah Di Media Sosial. *Skripsi* (Semarang: UIN Walisongo Semarang, 2018)

¹⁸ Iqrom Faldiansyah. Dakwah Media Sosial: Alternatif Dakwah Kontemporer. *Jurnal Tawashiyah*. Vol.15 No.2 Tahun 2020 (Bangka Belitung: IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik, tahun 2020) Diambil dari <https://jurnal.lp2msasbabel.ac.id/index.php/taw/article/view/1648> Di akses tanggal 28 Agustus 2022. Jam 20.00 WIB.

media dakwah, Perbedaan penelitian adalah efektivitas dan persepsi mahasiswa.¹⁹

G. Sistematika Pembahasan

Pada bahagian ini, penulis akan menggariskan kandungan keseluruhan disertasi dalam bentuk perbincangan yang sistematik. Perbincangan yang sistematik menyusul:

Ia mengandungi tajuk pada permulaan, memorandum rasmi, halaman kelulusan, halaman slogan, halaman dedikasi, pengenalan, jadual isi dan jadual table.

BAB I. Pendahuluan, dalam bab ini meliputi pendahuluan, dalam bab pendahuluan ini berisikan penegasan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan kajian pustaka.

BAB II. Landasan Teori, dalam penelitian ini landasan teori berisi tentang 1.) Minat berdakwah pada mahasiswa, terdiri dari: pengertian minat, ciri-ciri minat, karakteristik minat, cara pembentukan minat, pengertian dakwah, tujuan dan fungsi dakwah. 2) *Cybermedia*, terdiri dari: pengertian *cybermedia*, jenis- jenis *cybermedia*. 3) Mahasiswa, terdiri dari: pengertian mahasiswa. 4) Hipotesis

BAB III. Metode penelitian, dalam bab ini diuraikan tentang 1) pendekatan dan jenis penelitian, terdiri dari: jenis penelitian dan sifat penelitian. 2) teknik pengumpulan data, terdiri dari: metode pengumpulan data, populasi dan sampel. 3) variabel dan indikator. 4) metode analisa data.

BAB VI. Hasil dan pembahasan, bab ini menjelaskan tentang gambaran umum lokasi penelitian, penyajian data, presentase perolehan skor, analisis data, serta hasil penelitian.

¹⁹ Nazaarullah Nazarullah. Efektivitas Cybermedia Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah Modern. *Jurnal Peurawi. media kajian komunikasi Islam*. Vol.1 No. 1 Tahun 2017. (Aceh:UIN Ar-Rairiy, tahun 2017). Hlm. 5-6, Diambil dari <http://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/peurawi/article/view/1986/1467> Diakses tanggal 3 Maret 2019. Jam 00:03 WIB.

BAB V. Penutup, dalam Bab ini meliputi kesimpulan dan saran, pada bagian akhir skripsi memuat daftar pustaka, lampiran dan serta riwayat hidup.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Minat Berdakwah Pada Mahasiswa

1. Pengertian Minat

Secara sederhana, minat berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu, kemudian membuktikannya dalam perilaku yang terlihat mengenai apa yang menjadi minatnya. Dalam aktivitas diperlukan pemusatan perhatian, sehingga seseorang bisa melakukan apapun yang sebelumnya tidak bisa dilakukan dan ini sangat berkaitan dengan minat yang ada di dalam pribadi seseorang. Mengenai pembahasan minat, banyak ahli yang menggunakan pendapatnya. Menurut Reber, minat termasuk dalam istilah populer psikologi karena kebergantungannya yang banyak pada faktor-faktor internal seperti pemusatan perhatian, keingintahuan, motivasi dan kebutuhan.

Minat dalam kamus lengkap bahasa Indonesia memiliki arti perhatian, kesukaan dan kecenderungan hati,²⁰ sedangkan oleh Syaifullah Bahri Djamarah, minat adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas, arti tersebut berarti seseorang yang berminat pada suatu aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang, atau dengan kata lain minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh.²¹ Sehingga hasil dari aktivitas tersebut bisa maksimal dan memuaskan bagi pelakunya.

Menurut Muhibbin Syah, seseorang akan menaruh perhatian lebih terhadap bidang yang diminati dan berusaha semaksimal mungkin untuk mencapai dan mewujudkan apa yang menjadi minatnya.²²

Zakiah Daradjat dkk, mengartikan minat adalah kecenderungan jiwa yang tetap ke jurusan suatu hal yang berharga bagi orang, sedangkan

²⁰ Desy Anwar, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia* (Surabaya: Amelia, 2008), h. 28.

²¹ Syaifullah Bahri Djamarah, *Psikologi Belajar* (Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2002), h. 132.

²² Muhibbin Syah, *Psikologi Belajar* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), h. 151.

menurut Pasaribu dan Simanjuntak, minat sebagai suatu motif yang menyebabkan individu berhubungan secara aktif dengan sesuatu yang menariknya.²³

W. S Winkel berpendapat, minat adalah kecenderungan yang menetap dalam subyek untuk merasa senang berkecimpung di bidang itu.²⁴ Sedangkan menurut Witherington, minat adalah kesadaran seseorang terhadap suatu objek, seseorang, suatu soal atau situasi tertentu yang mengandung sangkut paut dengan dirinya atau dipandang sebagai sesuatu yang sadar.²⁵

a. Ciri-ciri minat

Di antara beberapa perkara yang dinyatakan sebelum ini, ciri-ciri minat adalah seperti berikut.

- 1) Adanya rasa senang dan ketertarikan terhadap objek yang diiminati.
- 2) Adanya rasa butuh terhadap apa yang diminati.
- 3) Ulet menghadapi suatu kesulitan.
- 4) Tidak mudah melepas hal yang diminati.

Dari ciri-ciri diatas dapat dipahami bahwa ketika seseorang memiliki rasa senang terhadap suatu obyek maka ia akan merasa butuh terhadap yang diminati dengan begitu akan bersungguh-sungguh meskipun sulit didalam menggapainya ataupun mendapatkannya dengan kerja keras.

b. Karakteristik minat

Ada beberapa macam karakteristik minat, antara lain :

- 1) Minat menimbulkan sikap positif terhadap suatu obyek.
- 2) Adanya sesuatu yang menyenangkan yang timbul dari sesuatu obyek.
- 3) Mengandung suatu penghargaan menimbulkan keinginan atau gairah untuk mendapatkan sesuatu yang menjadi minatnya.

²³Aroxx, "Pengertian Minat dan Pendapat Para Ahli," *Blog Aroxx*. <http://aroxx./2014/07/pengertian-minat-dan-pendapat-para-ahli.html> (04 November 2014).

²⁴ Winkel, *Psikologi dan Evaluasi Belajar* (Jakarta: PT Gramedia), hlm. 30.

²⁵ *Ibid.*, hlm. 9.

c. Cara pembentukan minat

Minat pada dasarnya dapat dibentuk dalam hubungannya dengan obyek. Yang paling berperan dalam pembentukan minat selanjutnya dapat berasal dari orang lain meskipun minat dapat timbul dari dalam dirinya sendiri. Adapun pembentukan minat dapat dilakukan dengan cara-cara sebagai berikut:

- 1) Memberikan informasi yang seluas-luasnya, baik keuntungan maupun kerugian yang ditimbulkan oleh obyek yang dimaksud. Informasi yang diberikan dapat berasal dari pengalaman, media cetak, media elektronik.
- 2) Memberikan rangsangan, dengan cara memberikan hadiah berupa barang atau sanjungan yang dilakukan individu yang berkaitan dengan obyek.
- 3) Medekatkan individu terhadap obyek, dengan cara membawa individu kepada obyek atau sebaliknya mengikutkan individu-individu pada kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh obyek yang dimaksud.
- 4) Belajar dari pengalaman²⁶

Berdasarkan uraian pengertian para ahli di atas maka minat dapat diartikan sebagai kecenderungan seseorang yang lebih terhadap suatu bidang baik pekerjaan atau pelajaran atau yang lainnya, sehingga memiliki semangat yang tinggi dan berusaha sekuat tenaga untuk mencapai keberhasilan mengenai apa yang diminatinya.

2. Pengertian Dakwah

Jika kita merujuk al-Qur'an, Ayat-ayat yang berkaitan dengan dakwah memiliki dua pengertian yang berbeda; *Pertama*, Dakwah diartikan sebagai ajakan orang dengan entuk seruan dan panggilan menuju surga (*al-dakwah ila Allah*). *Kedua*, Dakwah sebagai seruan, ajakan, dan panggilan menuju neraka (*al-dakwah li syayathin*). Karena itu, kata da'i mengandung dua

²⁶ Iskandarwasid & Dadang Sunendar, Strategi Pembelajaran Bahasa, Bandung: Rosda, Cet. Ke-3, 2011, h. 113.

pengertian pula yaitu: *Pertama*, da'i diartikan sebagai orang yang mengajak kepada kesesatan. Dapat disimpulkan bahwa kata dakwah dapat bermakna positif dan negative. Dakwah dari sisi positif bermakna ajakan dan seruan ummat menuju keselamatan dunia akhirat.²⁷

Pengertian Dakwah menurut para ulama adalah sebagai berikut :

- 1) Syaikhul Islam Ibnu Taimiyah, mendefinisikan dakwah dengan mengajak seorang agar beriman kepada Allah dan kepada apa yang dibawa oleh para Rousl-nya dengan cara membenarkan apa yang mereka beritakan dan mengikuti apa yang mereka perintahkan.²⁸
- 2) Syaikh Muhammad Ash-Shawwaf mengatakan, dakwah adalah risalah langit yang diturunkan ke bumi, berupa hidayah sang Khalik kepada makhluk, yakni *al-dien* menuju jalan-Nya yang lurus yang sengaja dipilih-Nya dan dijadikan sebagai jalan satu-satunya untuk bisa selamat kembali kepada-Nya.²⁹
- 3) Dalam bukunya *Ad-Daqwa al-Islamiyyah*, Ahmad Garwasi menulis, "Ilmu dawa ialah ilmu tentang berbagai teknik penyampaian isi ajaran Islam, sama ada ideologi, syariah mahupun akhlak. Ia adalah ilmu yang digunakan untuk mengetahui berbagai seni menyampaikan kandungan ajaran Islam, baik itu akidah, syariat, maupun akhlak..³⁰
- 4) Bahiy al-Khuli mengatakan bahwa dakwah adalah memindahkan manusia dari suatu situasi ke situasi yang lebih baik.³¹

Kegiatan dakwah merupakan kegiatan yang amat luas dan menyentuh seluruh aspek kehidupan manusia. Dari sisi kehidupan manusia, dakwah bisa masuk pada wilauaj pendidikan, ekonomi, politik, ideologi, budaya dan sosial-kemasyarakatan. Dalam konteks kehidupan modern, media komunikasi amat penting keberadaanya. Bahkan, media seperti yang diungkapkan Marshall McLuhan, adalah pesan (*the medium is the message*).

²⁷ Abdul Pirol, H Sulaeman Jajuli Ed. Komunikasi dan Dakwah Islam. Hlm 4-5

²⁸ Abdul Pirol, H Sulaeman Jajuli Ed. Komunikasi dan Dakwah Islam. Hlm 5

²⁹ Abdul Pirol, H Sulaeman Jajuli Ed. Komunikasi dan Dakwah Islam. Hlm 5

³⁰ Abdul Pirol, H Sulaeman Jajuli Ed. Komunikasi dan Dakwah Islam. Hlm 6

³¹ Abdul Pirol, H Sulaeman Jajuli Ed. Komunikasi dan Dakwah Islam. Hlm 6

Maksudnya, setiap media sebagai sebuah perpanjangan pikiran manusia, baik diakibatkan dari perubahan diri kita maupun pengaruh dari adanya teknologi baru.³²

Dalam perspektif dakwah, keberadaan media diperlukan untuk mengefektifkan kegiatan dakwah. Kebutuhan manusia terhadap media komunikasi bisa berbeda-beda, tergantung pada kemampuan tingkat kebutuhan, selera dan motivasi yang dimiliki oleh masing-masing individu. Karena adanya perbedaan-perbedaan tersebut, maka penyampaian dakwah hendaknya bisa memanfaatkan semua media yang ada sehingga dakwah bisa tersebar pada seluruh lapisan masyarakat.³³

a. Tujuan dan Fungsi Dakwah

Dakwah adalah bagian yang tidak terpisahkan dengan pengamalan ke-Islaman seseorang. Karena itu, tindakan dakwah dapat dilakukan dengan berbagai cara dan media sepanjang hal tersebut bersesuaian dengan kaidah ajaran islam. Inti tindakan dakwah adalah perubahan kepribadian seseorang, kelompok dan masyarakat. Merumuskan tujuan dakwah bermanfaat untuk mengetahui arah yang ingin dalam melaksanakan aktivitas dakwah. Tanpa tujuan yang jelas, aktivitas dakwah menjadi kurang terarah, sulit untuk diketahui keberhasilannya, dan bisa jadi akan menyimpang dari target dan sasaran yang ingin dicapai.

Secara umum tujuan dakwah adalah mengajak umat manusia kepada jalan yang benar dan diridhoi Allah agar dapat hidup bahagia dan sejahtera di dunia maupun di akhirat. Tujuan umum tersebut perlu ditindak lanjuti dengan tujuan-tujuan yang lebih khusus baik pada level individu, kelompok maupun pada level masyarakat.

Pada level individu tujuan dakwah adalah: *Pertama*, mengubah paradigma berpikir seseorang tentang arti penting dan tujuan hidup yang sesungguhnya. Tindakan seseorang dalam kehidupan sehari-hari banyak

³² Abdul Basit, *filsafat...*, hlm. 66.

³³ Abdul Basit, *filsafat...*, hlm. 66.

dipengaruhi oleh paradigma berpikirnya. *Kedua*, menginternalisasikan ajaran islam dalam melaksanakan ajaran islam dalam kehidupan seorang muslim sehingga menjadi kekuatan batin yang dapat menggerakkan seseorang dalam melaksanakan ajaran Islam. ajaran islam tidak hanya sekedar wacana yang diperdebatan, melainkan perlu diinternalisasikan dalam diri seorang pemeluk agama.³⁴ *Ketiga*, wujud dari internalisasi ajaran Islam, seorang Muslim memiliki kemauan untuk mengaplikasikan ajaran islam dalam kehidupan sehari-hari. Selain melakukan ibadah-ibadah yang bersifat ritual, umat islam juga perlu melakukan ibadah-ibadah sosial sebagai wujud dari keimanan atau keyakinannya kepada Allah SWT.³⁵

Setelah memahami tujuan dakwah, maka perlu memahami peranan dakwah dan meneladani amalan dakwah oleh Rasulullah SAW agar dakwah dapat dilaksanakan sesuai dengan ketentuan Allah. arahan. Sebagai contoh penerapan ajaran Islam. Peranan Dakwah dalam sistem agama Islam adalah sebagai berikut:

- 1) Mengesakan Tuhan Pencipta Alam Semesta.
- 2) Mengubah Perilaku Manusia.
- 3) Membangun Peradaban Manusia yang Sesuai dengan Ajaran Islam.
- 4) Menegakkan Kebaikan dan Mencegah Kemunkaran.
- 5) Prinsip-prinsip Dakwah Islam.

B. Cybermedia

1. Pengertian Cybermedia

Cybermedia adalah salah satu penyaluran pesan lewat media massa yang distribusinya melalui internet, dimana cara penyajiannya bersifat luas, up to date (terkini), interaktif dan bersifat dua arah.³⁶

³⁴ S Rahayu, Respon Pembaca Terhadap Pesan Dakwah Dalam Karya Sastra (Studi Kasus Novel Moga Bunda Disayang Allah Karya Tere Liye), *Skripsi*, (Banten, 2019), hlm.18.

³⁵ S Rahayu, Respon Pembaca Terhadap Pesan Dakwah Dalam Karya Sastra (Studi Kasus Novel Moga Bunda Disayang Allah Karya Tere Liye), *Skripsi*, (Banten, 2019), hlm.19.

³⁶ Bustanul Arifin, *Dakwah Cybermedia*, Jurnal volume 26. No 1 januari 2015

Pakar telematika Roy Suryo mengatakan bahwa, internet atau *cybermedia* merupakan media komunikasi yang lahir di Era 60-an, fenomenal dan canggih. Konsep teknologi komunikasi canggih ini pertama kali digunakan oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat tahun 1980. Pada 1980 internet mulai digunakan untuk umum dan awal 1995 internet mulai merebak di Asia khususnya Indonesia, dan pada tahun yang sama internet difungsikan sebagai media dakwah, untuk menjalin hubungan antar muslim Indonesia di Kairo dan muslim di Kanada dan beberapa negara barat lainnya. Sejak itulah terbentuk *cyber-cyber* Islam media komunikasi dakwah.³⁷

a. Jenis-jenis Cybermedia

Dari penjelasan diatas, dapat memberikan landasan bagaimana melihat beragam jenis *Cybermedia* dan juga standar kerja dari *Cybermedia* itu sendiri.

1) Situs (Web Site)

Situs adalah halaman yang merupakan satu alamat domain yang berisi informasi, data, visual, audio, memuat aplikasi, hingga berisi tautan dari halaman *web* lainnya. Sebagaimana dijelaskan dalam pengantar bab ini, penggunaan situs sebagai salah satu jenis *Cybermedia* sejatinya bisa menjelaskan beragam bentuk *Cybermedia*. Namun untuk lebih memberikan pembedaan lebih tegas, maka yang dimaksud situs disini adalah halaman situs dalam pengertian umum. Artinya, situs yang disesuaikan dengan jenis informasi yang akan disampaikan, seperti *www.kompas.com* merupakan situs berita milik Kompas Gramedia Group atau *www.uinjkt.ac.id* sebagai situs milik perguruan tinggi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.

³⁷Nazarullah, *Efektifitas Cybermedia sebagai sarana komunikasi dakwah modern*, Jurnal Peurawi media kajian komunikasi, volume 1. no. 1, 2017

2) E-mail

E-mail atau surat elektronik ini merupakan bentuk media saiber yang paling populer setelah situs. Cara kerja surat elektronik ini sama seperti surat konvensional dimana selalu ada tujuan penerima dan isi surat. E-mail bisa dikatakan dengan “Hybrid medium” untuk menandakan bahwa fasilitas ini menggabungkan unsure-unsur komunikasi, yakni berbicara dan menulis. Bahkan bentuk atau formalitas dalam menulis surat konvensional juga masih ditemukan di dalam surat elektronik, seperti keterangan siapa yang menulis atau sapaan/salam di akhir.

3) Forum di internet (Bulletin Boards)

Fasilitas *Mail List* atau disebut juga dengan istilah “milis” merupakan salah satu jenis media siber yang digunakan untuk berkomunikasi. Milis bekerja pada komunitas yang memiliki kesukaan atau minat yang sama atau berasal dari suatu tempat, misalnya Milis Mahasiswa KBM UGM. Setiap anggota dari komunitas ini, yang telah memiliki akun surat elektronik atau e-mail, tergabung dalam suatu grup. Setiap e-mail yang dikirim oleh anggota grup akan secara otomatis disebarkan kepada anggota grup yang lain.

4) Blog

Istilah blog berasal dari kata we-blog, yang pertama kali diperkenalkan oleh Jorn Berger pada 1997. Pada awalnya blog merupakan suatu bentuk situs pribadi yang berisi kumpulan tautan kesitus lain yang dianggap menarik dan diperbaharui setiap harinya, perkembangan selanjutnya blog banyak memuat jurnal (tulisan keseharian pribadi) si pemilik dan terdapat kolom komentar yang bisa diisi oleh pengunjung. Dalam menggunakan fasilitas web, jenis media ini bisa dibagi menjadi dua : (1) kategori personal homepages yaitu pemilik menggunakan nama domain sendiri seperti .com atau .net, (2) dengan menggunakan fasilitas penyediaan halaman web-

blog gratis, misalnya wordpress www.wordpress.com atau Blogspot www.blogspot.com.

5) Wiki

Wiki merupakan situs yang mengumpulkan artikel maupun berita sesuai dengan suatu kata kunci. Mirip dengan kamus, Wiki menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah, hingga rujukan buku atau tautan tentang satu kata. Situs Wiki hanya menyediakan perangkat lunak yang bisa dimasuki oleh pengguna yang lainnya, apakah data ini bersifat valid atau tidak, bagaimana referensi lain berbicara tentang tema itu yang ada ditautan, hingga foto yang ada disana.

6) Aplikasi pesan

Teknologi telepon genggam yang tidak hanya sebagai perangkat untuk berkomunikasi seperti telepon atau SMS semata, sebuah telepon genggam kini telah dilengkapi oleh perangkat yang memungkinkan warga bisa terkoneksi dengan internet (smartphone). Aplikasi pesan melalui telepon genggam juga bisa dilihat dari cara kerja seperti Line, WhatsApp atau Instagram yang menampilkan tidak hanya pesan (percakapan), teks, tetapi juga data pesan yang beragam dari audio, visual dan sebagainya.

7) Internet "Broadcasting"

Internet tidak hanya menampilkan liputan berupa teks atau lampiran (attach) file, video dan audio semata. Media internet telah tumbuh menjadi media yang mampu menyiarkan secara langsung siaran televisi maupun radio. Seperti yang dilakukan oleh dua staf kampanye calon presiden Howard Dean pada pemilihan presiden di Amerika Serikat pada 2004, dengan menggunakan perbincangan radio melalui internet merupakan salah satu contoh bagaimana media internet bisa digunakan sebagai medium pertukaran informasi, dengan biaya yang jauh lebih murah dibandingkan dengan membangun suatu stasiun radio.

8) Peer-to-peer

Seperti halnya cara kerja SMS, peer-to-peer (P2P) merupakan media untuk berkomunikasi antar-pengguna diinternet, seperti untuk percakapan atau berbagi file. Fasilitas percakapan atau Instant Messaging (IM) seperti yahoo! Messenger, Google Talk, dan AOL memungkinkan warga untuk melakukan komunikasi, juga untuk mendistribusikan informasi. Selain itu, (P2P) juga bisa merupakan perangkat berbagai file seperti DropBox atau Google Doc.

Menurut Gilmor, perlembangan P2P ini sangat menguntungkan bagi komunikasi di media siber. Selain karena biaya murah, P2P memberikan jalan keluar dari persoalan penyimpanan file dalam suatu server. Jika ini suatu file disimpan hanya dalam satu tempat dan setiap pengguna dikenakan biaya untuk mengakses atau mengunduh file itu, didalam sistem P2P perangkat lunak ini akan menghubungkan pengguna ke berbagai tempat dari penyimpanan yang bisa didapat secara gratis atau disebut dengan istilah cloud.

9) The RSS

Content-syndication format atau dikenal dengan sebutan RSS atau sindikasi konten sebagai revolusi dalam perangkat lunak di internet. Perangkat lunak ini bekerja untuk mengambil dan mengumpulkan konten berita sesuai dengan keinginan pengguna. Atrinya, sebagai contoh, apabila pengguna menginginkan berita dari situs tertentu ata kanal dari situs ini, makan RSS akan mendeteksi seluruh kata kunci yang terkait dengan konten yang dimaksud. Melalui cara kerja tidak jauh berbda dengan mesin pencari (search engie), RSS akan menampilkan satu halaman penuh tautan didalam khusus. Perpedaan dengan mesin pencari yaitu RSS bisa bekerja sesuai dengan einginan penguuna untuk mengakses situs atau dengan keinginan pengguna untuk mengakses situs atau blog mana saja yang menjadi sumber tautan tersebut.

10) MUDs

Menurut istilah MUDs berasal dari Multi-User Dungeons atau bisa juga Multi-User Dimensions. Secara terminology MUDs diartikan sebagai suatu program komputer yang diatur sedemikian rupa sehingga dapat diakses oleh beragam user dalam satu waktu secara bersamaan. Program seperti ini memberikan setiap user yang terkoneksi, disebut dengan player (pemain). Akses untuk suatu laman, objek dan landscape, ada dua model program MUDs, model petanian yaitu petualangan atau pertarungan (adventure MUDs) dimana setiap pemain harus menyelesaikan tugas/misi tertentu dan yang kedua model sosial (sosial MUDs) yang hanya menjalankan interaksi sosial semata.

11) Media Sosial (Social Media)

Kehadiran situs jejaring sosial (social networking site) atau sering disebut dengan media sosial (social media) seperti Youtube, Facebook, Twitter, dan Skype merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan konten seperti profil, aktivitas atau bahkan pendapat pengguna juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial diruang siber. Misalnya, fasilitas di facebook, yakni “Wall” (dinding) pengguna bisa mengungkapkan apa saja yang sedang disaksikan atau dialami.³⁸

C. Mahasiswa

Menurut KBBI Mahasiswa adalah orang yang belajar di perguruan tinggi baik di universitas, institut atau akademi. Mereka yang terdaftar sebagai murid di perguruan tinggi dapat disebut sebagai mahasiswa.³⁹

Menurut Siswoyo, mahasiswa dapat didefinisikan sebagai individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta

³⁸ Dr. Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)*, Hlm 25-30

³⁹ KBBI, “Mahasiswa”, diakses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Mahasiswa>, pada tanggal 20 oktober 2022 pukul 14.127 WIB.

atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi. Mahasiswa dinilai memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir dan perencanaan dalam bertindak. Berpikir kritis dan bertindak dengan cepat dan tepat merupakan sifat yang cenderung melekat pada diri setiap mahasiswa, yang merupakan prinsip yang saling melengkapi.⁴⁰

Seorang mahasiswa dikategorikan pada tahap perkembangan yang usianya 18 sampai 25 tahun. Tahap ini dapat digolongkan pada 19 masa remaja akhir sampai masa dewasa awal dan dilihat dari segi perkembangan, tugas perkembangan pada usia mahasiswa ini ialah pematapan pendirian hidup.⁴¹

D. Hipotesis

Hipotesis adalah asumsi atau dugaan mengenai sesuatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu yang sering dituntut untuk melakukan pengecekannya. Bentuk-bentuk hipotesis penelitian sangat terkait dengan rumusan masalah penelitian. Bila dilihat dari tingkat eksplanasinya, maka bentuk rumusan masalah penelitian ada tiga yaitu: rumusan masalah deksriptif (variabel mandiri), komparatif (perbandingan) dan assosiatif (hubungan). Oleh karena itu, maka bentuk hipotesis penelitian juga ada tiga yaitu hipotesis deskriptif, komparatif dan assosiatif/hubungan.⁴² Dalam penelitian ini menggunakan hipotesis deksriptif.

Berdasarkan pengertian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini adalah adanya minat berdakwah di *cybermedia* pada mahasiswa komunikasi penyiaran islam (KPI) UIN Saizu Purwokerto angkatan 2019 tetapi ada beberapa permasalahan yang membuat minat menjadi sedikit/rendah.

⁴⁰ Julipah al munawaroh, *Penerapan did berbasis ilearning media guna meningkatkan daya kompetisi mahaasiswa pada perguruan tinggi*, diakses dari <https://widuri.raharja.info/index.php/TA1333376324>. pada tanggal 20 oktober 2022 pukul 14.30 WIB.

⁴¹ Julipah al munawaroh, *Penerapan did berbasis ilearning media guna meningkatkan daya kompetisi mahaasiswa pada perguruan tinggi*, diakses dari <https://widuri.raharja.info/index.php/TA1333376324>. pada tanggal 20 oktober 2022 pukul 14.35 WIB

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta,2011), hlm. 66.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Jenis Penelitian

Teks ini menggunakan Penulisan Deskriptif Kuantitatif, yang digunakan untuk menganalisis data dengan menerangkan atau menggambarkan data yang dikumpul sebagaimana adanya.

Kajian menggunakan kaedah kajian lapangan iaitu kajian sistematik dengan mengumpul data yang terdapat di lapangan.⁴³ Penulis akan membagikan angket berupa *googleform* kepada responden mahasiswa fakultas dakwah dan ilmu komunikasi dan penyiaran islam UIN Saizu Purwokerto Angkatan 2019.

2. Sifat Penelitian

Adapun sifat penelitian penulis pada karya ilmiah ini adalah deskriptif penelitian deskriptif berusaha mendeskripsi dan menginterpretasi apa yang ada (bisa mengenai kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang sedang tumbuh, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi atau cenderung yang tengah berkembang).⁴⁴ Penulis memilih penelitian ini agar memperoleh paparan dan gambaran yang tepat tentang Minat Berdakwah di *cybermedia* pada mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam (KPI) UIN Saizu Purwokerto Angkatan 2019.

⁴³ Esti Dwi Akstari, "Minat Menjadi Jurnalis Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas dakwah UIN SUKA Yogyakarta". 2010, h. 27. di <http://digilib.uin-suka.ac.id/5567/1/BAB%20I%2C%20IV%2C%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>

⁴⁴ Sumanto, *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*, (Jakarta: CAPS, 2014), h. 179.

B. Teknik Pengumpulan Data

1. Metode Pengumpulan Data

- a. Angket, yaitu mengumpulkan data dengan jalan menunjukkan daftar Pernyataan kepada responden dan untuk mendapatkan informasi data yang dibutuhkan.⁴⁵ Beberapa kaedah digunakan untuk menentukan cara mengumpul data, seperti: Soal selidik/soal selidik Googleform, pengumpulan data dengan menunjukkan soal kepada responden, dan mendapatkan data yang diperlukan. Metode ini penulis digunakan untuk mengumpulkan data tentang minat berdakwah di cybermedia pada mahasiswa komunikasi dan penyiaran islam (KPI) UIN Saizu Purwokerto angkatan 2019
- b. Dokumentasi, adalah penghimpunan dan pemberian keterangan-keterangan yang dikutip, disadut dan disaring dari perpustakaan, arsip-arsip dan sebagainya, untuk mendapatkan keterangan dan bukti tertentu.⁴⁶ Dokumentasi dalam penulisan ini berupa foto yang diambil pada saat penulisan.

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁷ Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Aktif Komunikasi Penyiaran Islam UIN Saizu Purwokerto angkatan 2019, berjumlah 128 mahasiswa

⁴⁵ Esti Dwi Akstari, “Minat Menjadi Jurnalis Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas dakwah UIN SUKA Yogyakarta”. 2010, h. 27. di <http://digilib.uin-suka.ac.id/5567/1/BAB%20I%2C%20IV%2C%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>

⁴⁶ Esti Dwi Akstari, “Minat Menjadi Jurnalis Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas dakwah UIN SUKA Yogyakarta”. 2010, h. 27. di <http://digilib.uin-suka.ac.id/5567/1/BAB%20I%2C%20IV%2C%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2013) hlm. 117

Tabel 3.1
Jumlah Mahasiswa KPI Angkatan 2019

Kelas	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Mahasiswa Aktif
A	50 Mahasiswa	44 Mahasiswa
B	50 Mahasiswa	44 Mahasiswa
C	50 Mahasiswa	40 Mahasiswa
Jumlah	150 Mahasiswa	128 Mahasiswa

Sumber: *Data Fakultas Dakwah*

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang akan diteliti. Kemudian, Untuk mengantisipasi kekeliruan dan kesulitan dalam mengumpulkan data nantinya, penulis membatasi sampel yang menjadi sumber data itu dengan membatasi dan memperhatikan periodisasi, dan baru menentukan jumlah sampelnya. adapun alasan mengambil angkatan tersebut dikarenakan angkatan tersebut mendapatkan mata kuliah dakwah dan media. penentuan subyek penelitian menggunakan sampel dari 128 orang, penulis mengambil 25% atau 33 orang. Hal itu sesuai dengan pendapat Arikunto Suharsimi bahwa jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya.⁴⁸

⁴⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : Rineka Cipta, 1993), Hlm. 103.

C. Variabel dan Indikator

1. Variabel

Menurut Sugiyono, variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang sudah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan dapat ditarik kesimpulannya. Menurut Nawawi, variabel tunggal adalah variabel yang hanya mengungkapkan variabel untuk dideskripsikan unsur atau faktor-faktor didalam setiap gejala yang termasuk variabel tersebut, penelitian seperti ini disebut variabel tunggal.⁴⁹ Penggunaan variabel tunggal bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam merumuskan objek atau inti penelitian yang hanya terdiri dari satu objek penelitian.

Berdasarkan pengertian tersebut maka variabel dalam penelitian ini adalah minat berdakwah di *cybermedia* (x)

2. Indikator

Definisi operasional variabel adalah upaya menerjemahkan sebuah konsep variabel ke dalam instrument. pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

Tabel 3.2
Variabel dan Indikator

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
Minat	Kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu, kemudian membuktikannya dalam perilaku yang terlihat	a. Adanya rasa senang dan ketertarikan terhadap objek yang diminati. b. Adanya rasa butuh terhadap apa yang diminati. c. Ulet menghadapi suatu kesulitan d. Tidak mudah melepas hal yang diminati.

⁴⁹ Aulia Devi Prahmadita, *Faktor-faktor yang mempegaruhi minat siswa untuk mengikuti ekstrakurikuler drumband di SMP Negeri 1 Sleman*, (Skripsi Sarjana, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Yogyakarta, 2014), h-41.

	mengenai apa yang menjadi minatnya.	
Dakwah di <i>cybermedia</i>	mengajak seorang agar beriman kepada Allah dan kepada apa yang dibawa oleh para Rosul-nya dengan cara membenarkan apa yang mereka beritakan dan mengikuti apa yang mereka perintahkan, melalui pesan lewat media massa yang distribusinya melalui internet, dimana cara penyajiannya bersifat luas, up to date (terkini), interaktif dan bersifat dua arah.	<ul style="list-style-type: none"> a. menginternalisasikan ajaran Islam dalam melaksanakan ajaran Islam dalam kehidupan seorang muslim sehingga menjadi kekuatan batin yang dapat menggerakkan seseorang dalam melaksanakan ajaran Islam b. , wujud dari internalisasi ajaran Islam, seorang Muslim memiliki kemauan untuk mengaplikasikan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari c. Memiliki platform cybermedia seperti Instagram, YouTube, WhatsApp Story, blog untuk menyampaikan pesan dakwah. d. Mampu mengoperasikan dan menguasai cybermedia. e. Membuat konten dakwah dan mengunggah di <i>cybermedia</i>.

D. Metode Analisis Data

Metode Analisa Data Dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif. Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis ini hanya berupa akumulasi data dasar dalam bentuk deskripsi semata dalam arti tidak mencari atau

menerangkan saling hubungan, menguji hipotesis, membuat ramalan, atau melakukan penarikan kesimpulan.⁵⁰



⁵⁰ Ali Muhson, *Teknik Analisi Kuantitatif*, Jurnal pendidikan akutansi Indonesia, (Yogyakarta, 2010), hlm. 1-2

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat deskriptif, yang digunakan pada penulisan ini adalah mahasiswa KPI UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto angkatan 2019, melalui instrumental penulisan angket yaitu minat berdakwah di *cybermedia* pada mahasiswa KPI UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Pada saat data telah terkumpul, selanjutnya dilakukan pembuatan instrumen penulisan berupa kuesioner. Langkah-langkah yang dilakukan adalah membuat kisi-kisi instrumen penulisan, menyusun penulisan berupa kuesioner lalu disampaikan kepada responden penelitian sebanyak 128 orang. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif jurusan Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2019 UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

1. Profil Alumni Prodi Komunikasi Penyiaran Islam UIN Saizu Purwokerto

Program Studi (prodi) Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Universitas Islam Negeri Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto Kurikulum membimbing pelajar menggunakan *cybermedia* dengan baik selaras dengan objektif Fakultas Dakwah yaitu melahirkan graduan yang berkelayakan dalam bidang komunikasi dan penyiaran Islam, serta menyediakan alumni yang komitmen tinggi dengan aktivitas dakwah. menjalankan penyelidikan termaju dan bersepadu dalam bidang komunikasi dan penyiaran Islam, untuk mewujudkan model untuk memberikan bantuan dan perkhidmatan kepada orang ramai melalui kaedah komunikasi dan penyiaran Islam, dan mewujudkan tata kelola program studi yang berstandar nasional dan internasional.⁵¹

Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam juga Dapat menamatkan pengajian dengan kursus Dakwah dan berkaitan media yang diperoleh semasa pengajian Sarjana Muda 1 (S.1), Penguasaan asas dan falsafah

⁵¹ *Panduan Akademik 2020-2021 IAIN Purwokerto, Purwokerto 2020-2021, hlm.209*

Dakwah, penguasaan tema Islam dan sosial, penguasaan metodologi Dakwah, pemahaman organisasi dakwah.⁵²

2. Keadaan Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2019

Berdasarkan hasil observasi di lapangan, peneliti memperoleh data jumlah mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto angkatan 2019 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jumlah Mahasiswa Aktif KPI Angkatan 2019

No	Kelas	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Mahasiswa Aktif
1	A	50 Mahasiswa	44 Mahasiswa
2	B	50 Mahasiswa	44 Mahasiswa
3	C	50 Mahasiswa	40 Mahasiswa
Jumlah		150 Mahasiswa	128 Mahasiswa

Sumber: *Data Fakultas Dakwah*

Data yang menjadi responden dalam penelitian ini, yakni mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2019 Fakultas Dakwah UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto disajikan dalam tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2
Jumlah Responden Kuesioner

Minat Berdakwah di *Cybermedia* Pada Mahasiswa KPI 2019

No	Kelas	Jumlah Mahasiswa
1	A	15
2	B	10
3	C	8
Jumlah		33

⁵² *Panduan Akademik 2020-2021 IAIN Purwokerto, Purwokerto 2020-2021, hlm.210*

Sumber: Hasil Olah Data kuesioner

3. Deskripsi Minat Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2019 Berdakwah di *Cybermedia*

Untuk mengetahui tentang minat mahasiswa KPI menjadi Da'i dapat dilihat dari faktor eksternal seperti ketertarikan mahasiswa terhadap mata kuliah yang berkaitan dengan pembelajaran dakwah dan media. Mata kuliah dakwah dan media di UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto meliputi materi-materi dakwah, yakni Ilmu Dakwah, Filsafat Dakwah, Materi Dakwah Tematik, Psikologi Dakwah, Dakwah dan Komunikasi Lintas Budaya, Sejarah Pemikiran dan Gerakan Dakwah dan Manajemen dan Strategi Dakwah. Adapun mata kuliah Media, meliputi Ilmu Komunikasi, Jurnalistik, Produksi Siaran Televisi, Produksi Siaran Radio, Produksi Film, Bisnis Media dan Kepenulisan Kreatif di Media.

Perolehan data penelitian dilakukan dengan menggunakan skala likert dengan lima pilihan jawaban, yakni Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu (RG), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS). Gambaran mengenai skala likert tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Skala Likert

No	Pernyataan	Poin
1.	Sangat Setuju (SS)	0
2.	Setuju (S)	4
3.	Ragu-ragu (RG)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sugiyono, 2015)

Perolehan data minat dakwah di *cybermedia* mahasiswa komunikasi Islam angkatan 2019 disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.4
Pembelajaran Dakwah dan Media pada Mahasiswa

No	Pernyataan	Jawaban/Frekuensi				
		SS	S	RG	TS	STS
1	Mata kuliah dakwah dan media membantu mahasiswa KPI angkatan 2019 menjadi Da'i.	0	22	11	0	0
2	Mahasiswa KPI angkatan 2019 senang dengan mata kuliah yang berhubungan dengan dakwah dan media.	0	25	8	0	0
3	Mahasiswa KPI memilih fakultas dakwah karena ingin menjadi Da'i.	0	7	20	6	0
4	Mahasiswa KPI angkatan 2019 berminat menjadi pendakwah/Da'i.	0	9	21	3	0

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner

Tabel 4.5
Mata kuliah dakwah dan media
membantu mahasiswa KPI angkatan 2019 menjadi Da'i.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	11	33.3	33.3	33.3
	4.00	22	66.7	66.7	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

Sumber: olahan SPSS

Tabel 4.6
Mahasiswa KPI angkatan 2019 senang dengan mata kuliah
yang berhubungan dengan dakwah dan media.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	8	24.2	24.2	24.2
	4.00	25	75.8	75.8	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

Sumber: olahan SPSS

Tabel 4.7
Mahasiswa KPI angkatan 2019 memilih fakultas dakwah
karena ingin menjadi Da'i.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	6	18.2	18.2	18.2
	3.00	20	60.6	60.6	78.8
	4.00	7	21.2	21.2	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

Sumber: olahan SPSS

Tabel 4.8
Mahasiswa KPI angkatan 2019 berminat menjadi pendakwah/Da'i.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	9.1	9.1	9.1
	3.00	21	63.6	63.6	72.7
	4.00	9	27.3	27.3	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

Sumber: olahan SPSS

Dari Pernyataan-Pernyataan yang telah disajikan dalam Tabel 4.3 diperoleh hasil bahwa 66,7% setuju bahwa mata kuliah dakwah dan media dapat membantu mereka menjadi Da'i dan 33,3% ragu-ragu. Minat mahasiswa menjadi Da'i jika dilihat dari ketertarikan mahasiswa terhadap pembelajaran dakwah dan media, diperoleh hasil sebesar 75,8% menyatakan setuju dan 24,2% menyatakan ragu-ragu. Apabila dilihat dari minatnya hanya 27,3% mahasiswa KPI angkatan 2019 yang berminat menjadi Da'i selebihnya sebanyak 69,7% menyatakan ragu-ragu dan 9,1% menyatakan tidak setuju menjadi Da'i.

Jumlah presentase tersebut memberikan fakta bahwa mahasiswa KPI angkatan 2019 masih belum menentukan untuk menjadi seorang Da'i. Meskipun mereka menyukai mata kuliah yang berkaitan dengan pembelajaran Dakwah dan Media, namun sebagian besar dari mereka menyatakan kurang berminat menjadi Da'i. Beberapa faktor yang menjadi rendahnya keinginan mahasiswa menjadi Da'i juga dapat dilihat dari dukungan lingkungan kampus dalam membangun atmosfer yang kuat mengenai pentingnya berdakwah bagi mahasiswa. Hal ini dapat disaksikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.9

Minat Menjadi Da'i pada Mahasiswa KPI Angkatan 2019

No	Pernyataan	Jawaban/Frekuensi				
		SS	S	RG	TS	STS
1	Lingkungan kampus mempengaruhi mahasiswa KPI angkatan 2019 menjadi seorang pendakwah/Da'i.	0	8	23	2	0

2	Mahasiswa KPI angkatan 2019 suka membagikan konten dakwah di cybermedia.	0	3	26	4	0
---	--	---	---	----	---	---

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner

Tabel 4.10
Lingkungan kampus mempengaruhi mahasiswa KPI angkatan 2019 menjadi seorang pendakwah/Da'i.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	6.1	6.1	6.1
	3.00	23	69.7	69.7	75.8
	4.00	8	24.2	24.2	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

Sumber: olahan SPSS

Tabel 4.11
Mahasiswa KPI angkatan 2019 suka membagikan konten dakwah di cybermedia.

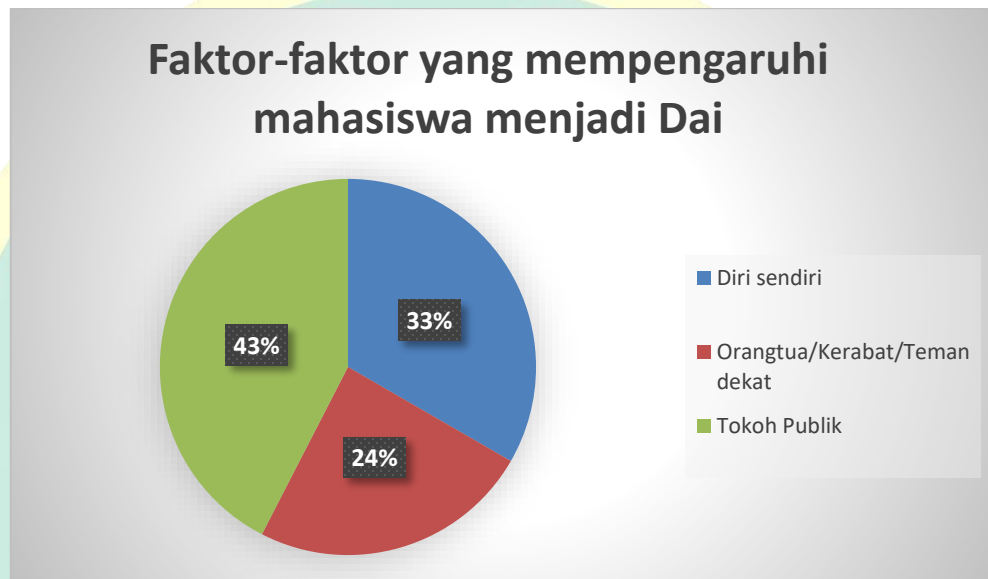
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	5	15.2	15.2	15.2
	3.00	25	75.8	75.8	90.9
	4.00	3	9.1	9.1	100.0
	Total	33	100.0	100.0	

Sumber: olahan SPSS

Dari olah data kuesioner di atas, diperoleh data kurangnya dukungan lingkungan kampus terhadap kemauan mahasiswa untuk menjadi Da'i. penpadat ini berdasarkan hasil kuesioner yang menunjukkan 24,2% menyatakan setuju bahwa lingkungan kampus memberikan bantuan agar mahasiswa tertarik dengan profesi Da'i, 69,7% menyatakan ragu-ragu dan 6,1% menyatakan tidak setuju. Kegiatan dakwah mahasiswa melalui *cybermedia* menunjukkan 9,1% setuju suka membagikan konten dakwah, 78,8% ragu-ragu dan 12,1% menyatakan tidak pernah.

Hal-hal tersebut kemudian melatar belakangi penulis untuk menelaah lebih jauh faktor-faktor yang menyebabkan mahasiswa kurang berminat untuk berdakwah di *cybermedia*. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhinya disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.12
Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menjadi Da'i

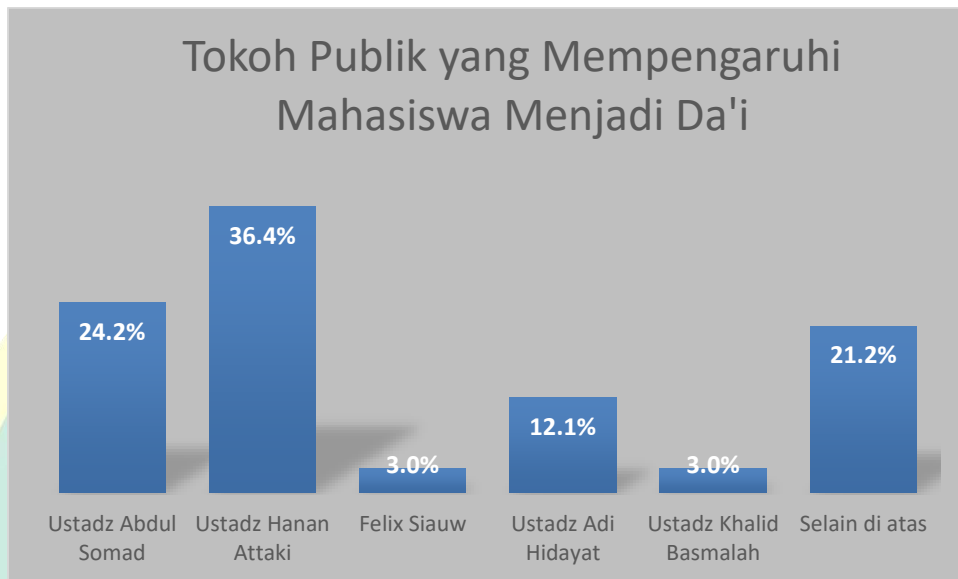


Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner

Dari tabel di atas menunjukkan faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk menjadi Da'i adalah 33% atas kemauan sendiri, 24% atas dorongan Orangtua/kerabat/teman dekat, dan 43% karena pengaruh tokoh publik. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat dakwah mahasiswa KPI angkatan 2019 lebih banyak berasal dari faktor eksternal yakni tokoh publik.

Latar belakang berkembangnya media dakwah secara online atau *cybermedia* tentunya memberikan dampak signifikan terhadap pengaruh penyebaran ajaran-ajaran agama Islam melalui tokoh publik yang kemudian mempengaruhi mahasiswa untuk mengikuti jejak tokoh dalam berdakwah melalui *cybermedia*. Beberapa tokoh yang memberikan pengaruh terhadap minat dakwah mahasiswa KPI angkatan 2019 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13
Tokoh Publik Yang Mempengaruhi
Mahasiswa KPI Angkatan 2019 Menjadi Da'i



Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner

Pada Tabel 4.6 di atas penulis menyajikan beberapa tokoh yang memiliki pengaruh besar dalam dakwah melalui *cybermedia* di Indonesia. Berdasarkan hasil olah data kuesioner diperoleh persentase sebesar 24,2% mahasiswa memilih Ustadz Abdul Somad, 36,4% Ustadz Hanan Attaki, 3,0% Felix Siauw, 12,1% Ustadz Adi Hidayat, 3,0% Ustadz Khalid Basmalah dan 21,2% memilih selain tokoh-tokoh tersebut. Dengan demikian tokoh yang paling berpengaruh dalam minat mahasiswa untuk berdakwah adalah Ustadz Hanan Attaki

Untuk mengetahui minat mahasiswa berprofesi menjadi seorang Da'i serta kesiapannya menjadi Da'i dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.14
Kesiapan Mahasiswa KPI Angkatan 2019 Menjadi Da'i

No	Pernyataan	Jawaban/Frekuensi				
		SS	S	RG	TS	STS
1	Hambatan anda untuk berdakwah di cybermedia					
	a. Tidak mempunyai alat yang mendukung	0	5	0	0	0
	b. Kurang menguasai Cybermedia	0	6	0	0	0
	c. Belum ada kemauan	0	19	0	0	0
	d. Lainnya	0	3	0	0	0

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner

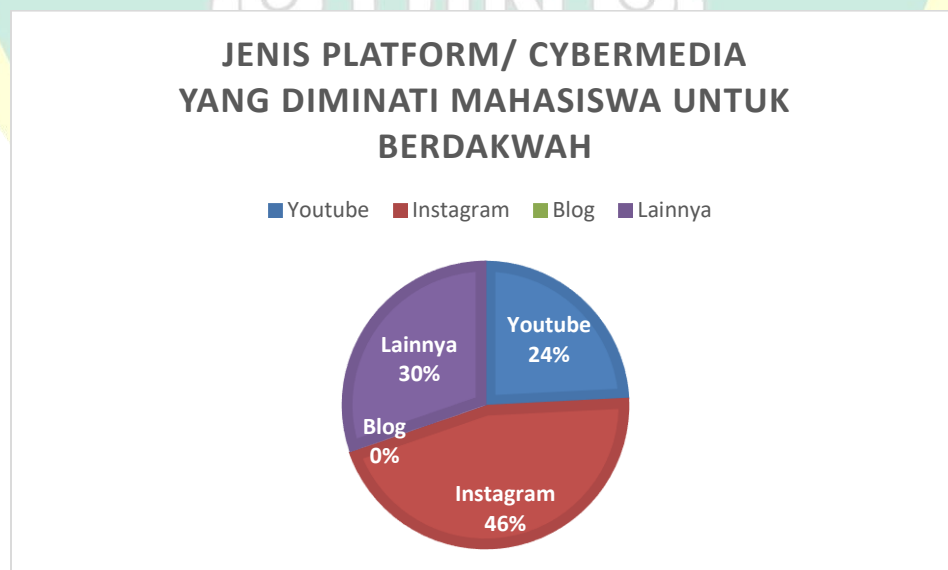
Dari tabel di atas dapat kita lihat bahwa keinginan mahasiswa untuk menjadi Da'i yaitu 21,2% setuju, 60,6% ragu-ragu dan 18,2% tidak setuju. Artinya hanya 21,2% saja mahasiswa yang memiliki keinginan untuk berprofesi menjadi pendakwah atau Da'i. Kemudian jika dilihat dari kesiapan

mereka untuk menjadi pendakwah atau Da'i di cybermedia diperoleh data 15,2% menyatakan tidak mempunyaia alat yang mendukung, 18,2% kurang menguasai cybermedia, 57,6% belum memiliki kemauan dan 9,1% memiliki alasan lain. Oleh karena itu, dari segi kesiapan mahasiswa KPI angkatan 2019 belum sepenuhnya mempunyai sikap yang jelas dalam mengambil keputusan untuk menjadi pendakwah atau Da'i di cybermedia. Mengingat kemampuan dalam menguasai media menjadi faktor penting yang harus dimiliki oleh pendakwah atau Da'i di cybermedia. Dengan demikian, hanya segelintir mahasiswa KPI angkatan 2019 yang berminat menjadi seorang pendakwah atau Da'i. Kendala mereka dalam berdakwah di cybermedia karena ketidak sediaan alat pendukung yang memadai, kemampuan menguasai cybermedia yang rendah serta belum memiliki kemauan untuk berdakwah di cybermedia.

Adapun jenis *cybermedia* yang diminati oleh mahasiswa KPI angkatan 2019 dalam melakukan penyebaran ajaran-ajaran agama, adalah sebagai berikut:

Tabel 4.15

**Jenis Platform/Cybermedia Yang Diminati
Mahasiswa KPI Angkatan 2019 Untuk Berdakwah**



Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner

Dari Tabel 4.8 diperoleh hasil bahwa mahasiswa KPI angkatan 2019 lebih menyukai Instagram sebagai media dakwah dengan perolehan presentasi 46% mendapat posisi paling unggul diikuti Youtube dan media lainnya yakni 24% dan 30%, sementara Blog tidak mendapatkan ruang bagi mahasiswa KPI angkatan 2019 sebagai media yang diminati untuk berdakwah/menyebarkan konten ajaran-ajaran agama.

Daripada jadual tersebut, kita dapat melihat beberapa pelajar KPI 2019 berminat untuk menjadi mubaligh atau mubaligh, tetapi terhalang dengan pelbagai halangan, kurang kesedaran diri, dan tidak aktif. Matlamat utama pelajar KPI 2019 adalah untuk menjadi mubaligh kelas./Da'i. Jawapan kepada soalan-soalan ini dibentangkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.16
Tujuan Mahasiswa KPI Angkatan 2019 Menjadi Pendakwah/Da'i

No	Pernyataan	Jawaban/Frekuensi				
		SS	S	RR	TS	STS
1	Tujuan anda menjadi da'i					
	a. Mengajak kebaikan/membagikan pesan dakwah	0	23	0	0	0
	b. Mencari penghasilan	0	5	0	0	0
	c. Lainnya	0	5	0	0	0

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner

Berdasarkan Tabel 4.9 tujuan mahasiswa KPI angkatan 2019 menjadi seorang pendakwah/Da'i 69,7% untuk mengajak kebaikan/membagikan pesan dakwah, 15,2% mencari penghasilan dan 15,2% memberikan tujuan lain. Sejatinya mereka memiliki tujuan mulia dalam melakukan kegiatan berdakwah guna mengajak khalayak menuju kebaikan meskipun kebanyakan dari mahasiswa KPI angkatan 2019 belum memiliki keinginan kuat untuk menjadi pendakwah dan belum secara aktif menunjukkan kegiatan-kegiatannya di *cybermedia* karena beberapa kendala sarana dan prasarana yang melatarbelakangi ketidak siapan mahasiswa KPI angkatan 2019 untuk berdakwah di *cybermedia*.

Kesiapan dan tumbuhnya minat ini tentunya memerlukan waktu dan proses yang panjang. Dengan melakukan usaha secara sungguh-sungguh, belajar akan cara-cara penggunaan *cybermedia* sebagai media dakwah tentunya tidak akan menjadi kendala meskipun ketidaksediaan alat yang memadai apalagi akses internet saat ini mudah dijangkau dan setiap mahasiswa sebagian besar memiliki alat untuk mengaksesnya. Maka kemauan menjadi seorang pendakwah/Da'i menjadi faktor internal yang perlu dibangun

B. Penyajian Data

Dalam kajian ini, analisa data dijalankan sebagai analisis data primer, yang merangkumi maklum balas soal selidik yang diedarkan kepada populasi umum sebagai sampel kajian. Peserta kajian ini masing-masing menjawab 11 Pernyataan berkaitan minat berdakwah melalui media siber. Pernyataan-Pernyataan tersebut menjawab pilihan ganda, sehingga angket ini bersifat terbatas, artinya responden diminta untuk menjawab dengan memilih, menjawab soal soal yang telah dipilih.

Kuesiner disebarakan secara online Menggunakan Googleform, Kuesioner disebarakan dan ditarik kembali oleh penulis lalu dikoreksi dengan baik apakah semua responden telah mengembalikan dan mengisi angket sesuai dengan item masing masing dan alternatif yang dipilih untuk menjawabnya. Sehingga jawaban yang diperoleh dari mahasiswa KPI angkatan 2018 Fakultas

Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dapat dikoreksi dan diuji kebenarannya.

Sebelum semua item dianalisis, peneliti terlebih dahulu menyajikan dan megklarifikasi jawaban kuesioner dalam bentuk tabel. Kemudian hasil kuesioner tersebut baru dapat dianalisa dan ditarik kesimpulannya. Pengolahan data tersebut disajikan dalam data tabulasi berikut:

Tabel 4.17
Hasil Kuesioner

No	Sampel	Jawaban												Total
		N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
1	33	9	27%	23	70%	3	9%							100%
2	33	11	33%	8	24%	14	42%							100%
3	33	23	70%	5	15%	5	15%							100%
4	33	7	21%	20	61%	6	18%							100%
5	33	25	76%	8	24%	0	0%							100%
6	33	22	67%	11	33%	0	0%							100%
7	33	8	24%	23	70%	2	6%							100%
8	33	3	9%	26	79%	4	12%							100%
9	33	8	24%	15	45%	0	0%	10	30%					100%
10	33	8	24%	12	36%	1	3%	4	12%	1	3%	7	21%	100%

11	33	5	15%	6	18%	19	58%	3	9,1%							100%
----	----	---	-----	---	-----	----	-----	---	------	--	--	--	--	--	--	------

Sumber: Hasil Olah Data Keusioner

C. Presentase Perolehan Skor

Analisis data penelitian ini dilakukan dengan menerangkan peratusan prestasi markah responden berbanding skor ideal. Skor ideal yang digunakan untuk mentafsir keputusan kajian ini dibentangkan sebagai selang berikut:

90% - 100%	: Sangat Tinggi
61% - 89%	: Tinggi
50% - 60%	: Cukup
35% - 49%	: Rendah
<35%	: Sangat Rendah

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh persentase perolehan skor kedua aspek sebagai berikut :

D. Analisis Data

Berdasarkan data kuesioner dapat kita ketahui adanya tanggapan mahasiswa KPI angkatan 2019 terhadap minat berdakwah di *cybermedia*:

1. Mahasiswa KPI memilih fakultas dakwah karena ingin menjadi Da'i.
 - a. Sangat Setuju : 0 Mahasiswa : 0 %
 - b. Setuju : 7 Mahasiswa : 21%
 - c. Ragu-ragu : 20 Mahasiswa : 61%
 - d. Tidak Setuju : 6 Mahasiswa : 18%
 - e. Sangat Tidak Setuju : 0 Mahasiswa : 0 %

Dari data di atas menunjukkan bahwa mahasiswa KPI angkatan 2019 kurang setuju memilih fakultas dakwah sebagai jalan untuk mereka menjadi pendakwah/Da'i. Hal ini dilihat dari perolehan hasil kuesioner,

berdasarkan 33 sampel mahasiswa, 61% menyatakan ragu-ragu, 21% setuju dan 18% menyatakan tidak setuju. Dengan demikian, tidak serta merta karena mereka memilih fakultas Dakwah kemudian mereka memiliki minat untuk menjadi seorang pendakwah/Da'i.

2. Mahasiswa KPI angkatan 2019 berminat menjadi pendakwah/Da'i.

a. Sangat Setuju	: 0 Mahasiswa	: 0 %
b. Setuju	: 9 Mahasiswa	: 27%
c. Ragu-ragu	: 21 Mahasiswa	: 64%
d. Tidak Setuju	: 3 Mahasiswa	: 3%
e. Sangat Tidak Setuju	: 0 Mahasiswa	: 0%

Sesuai dengan hasil responden di atas, hanya 27% mahasiswa KPI angkatan 2019 yang berminat menjadi Da'i dengan menyatakan setuju. Sisanya menyatakan ragu-ragu sebanyak 64% dan tidak setuju 3%. Artinya sejak awal memutuskan untuk masuk ke fakultas dakwah tidak semua mahasiswa memiliki keinginan untuk mejadi pendakwah atau Da'i. Pernyataan ini berkaitan dengan Pernyataan point 1, jika dianalisis hanya 21% mahasiswa yang sejak awal masuk ke fakultas dakwah memiliki minat untuk menjadi pendakwah/Da'i, sisanya 61% ragu-ragu dan 18% tidak setuju. Berdasarkan perolehan persentase tersebut, maka ada kenaikan angka minat menjadi Pendakwah/Da'i sebesar 6%. Kenaikan angka ini tentunya di pengaruhi oleh beberpa faktor yang berkiatan dengan Pernyataan-Pernyataan pada point berikutnya.

3. Mahasiswa KPI angkatan 2019 senang dengan mata kuliah yang berhubungan dengan dakwah dan media.

a. Sangat Setuju	: 0 Mahasiswa	: 0%
b. Setuju	: 25 Mahasiswa	: 76%

c. Ragu-ragu	: 8 Mahasiswa	: 24%
d. Tidak Setuju	: 0 Mahasiswa	: 0%
e. Sangat Tidak Setuju	: 0 Mahasiswa	: 0%

Berdasarkan presentase ketertarikan mahasiswa terhadap mata kuliah yang berhubungan dengan dakwah dan media menunjukkan 76% mahasiswa menyatakan setuju dan 24% ragu-ragu. Artinya Topik berkaitan Dakwah dan media adalah yang paling populer. Oleh itu, perolehan peratusan ini pastinya merupakan faktor luaran yang mempengaruhi minat pelajar untuk menjadi mubaligh/Da'i. Lebih-lebih lagi, minat pelajar untuk menjadi pendakwah/da'i semakin meningkat. Justeru, motivasi mereka untuk mempelajari ilmu dakwah turut meningkat. Justeru, minat pelajar untuk menjadi mubaligh dipengaruhi oleh mikrosistem iaitu persekitaran kampus. Lebih-lebih lagi, kebanyakan mereka mengatakan bahawa mereka menyukai latihan itu. Oleh itu, kemungkinan besar guru rayuan dan kursus media akan mempunyai hubungan yang baik dengan pelajar KPI angkatan 2019 dalam penyampaian materi. Pengaruh yang signifikan ini menjadi sebuah starategi persuasif, sehingga mahasiswa yang sebelumnya ragu-ragu dan tidak memiliki minat menjadi pendakwah kemudian berbalik memiliki minat. Meskipun demikian, faktor-faktor eksternal lain juga perlu diperhatikan sehingga segala bentuk pengaruh termasuk hambatan dapat diketahui dengan seksama.

4. Mata kuliah dakwah dan media membantu mahasiswa KPI angkatan 2019 menjadi Da'i.

a. Sangat Setuju	: 0 Mahasiswa	: 0%
b. Setuju	: 22 Mahasiswa	: 67%
c. Ragu-ragu	: 11 Mahasiswa	: 33%
d. Tidak Setuju	: 0 Mahasiswa	: 0%

e. Sangat Tidak Setuju : 0 Mahasiswa : 0%

Pernyataan dalam kuesioner di atas merupakan salah satu Pernyataan yang digunakan untuk melihat faktor eksternal dari lingkungan kampus untuk melihat apakah mata kuliah dapat mempengaruhi mahasiswa menjadi pendakwah/Da'i. Perolehan presentase sebanyak 67% menyatakan setuju sementara sisanya menyatakan ragu-ragu sebesar 33%. Angka ini menunjukkan kesadaran mahasiswa akan pentingnya mata kuliah dakwah dan media sebagai jembatan bagi mereka untuk menjadi seorang pendakwah/Da'i cukup tinggi. Oleh karena itu, kesadaran mahasiswa KPI angkatan 2019 terhadap pentingnya peran mata kuliah dakwah dan media dapat memberi pengaruh positif untuk menjadi seorang pendakwah/Da'i. Kesadaran ini tentunya menjadi sebuah privilege, atau sebuah hak istimewa yang dapat digunakan oleh seseorang dalam memperoleh sesuatu. Sebagai seorang pendakwah/Da'i maka pendidikan atau pengetahuan tentang ilmu dakwah dan media menjadi penting sebagai bekal bagi mereka menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat. Selain itu, latar belakang pendidikan seorang pendakwah juga menjadi sebuah keistimewaan sebab dapat memberikan pengaruh positif bagi masyarakat untuk menilai kredibilitas seorang pendakwah/Da'i.

5. Lingkungan kampus mempengaruhi mahasiswa KPI angkatan 2019 menjadi seorang pendakwah/Da'i.

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah dukungan dari lingkungan tempat mahasiswa hidup, yakni lingkungan kampus seperti yang telah penulis singgung di atas.

a. Sangat Setuju	: 0 Mahasiswa	: 0%
b. Setuju	: 8 Mahasiswa	: 23%
c. Ragu-ragu	: 22 Mahasiswa	: 70%
d. Tidak Setuju	: 2 Mahasiswa	: 6%

e. Sangat Tidak Setuju : 0 Mahasiswa : 0%

Perolehan skor dan presentase tersebut memberi pengertian bahwa ternyata hanya 23% mahasiswa yang merasakan dukungan dari lingkungan kampus terhadap minat mereka untuk berprofesi sebagai pendakwah/Da'i. Mahasiswa yang menyatakan ragu-ragu sebesar 70% dan tidak setuju 6%. Presentase ini tentunya dapat juga menjadi bahan evaluasi bagi kampus bahwa pengaruh dukungan kampus terhadap profesi seorang mahasiswa menjadi pendakwah/Da'i sangat penting adanya guna memfasilitasi kegiatan mereka dalam berdakwah. Pernyataan ini berpengaruh para pengaruh microsystem terhadap keberhasilan seorang pendakwah/Da'i.

Analisis dari Pernyataan-Pernyataan sebelumnya menunjukkan bahwa mahasiswa KPI angkatan 2019 mengalami peningkatan minat menjadi seorang pendakwah/Da'i yang ditandai dengan minat mereka terhadap mata kuliah ilmu dakwah dan media serta kesadaran terhadap pentingnya belajar ilmu dakwah dan media. Hal ini tentunya menjadi nilai tambah bagi pihak kampus bahwa sumber daya manusia yang dihasilkan mengalami peningkatan kemampuan berkat adanya kemampuan persuasif dari pihak dosen yang dapat dikatakan kredibel dibidangnya. Sumberdaya manusia yang unggul juga sebaiknya harus ditunjang dengan fasilitas yang memadai. Sehingga ide-ide atau program kegiatan yang disusun dapat lebih meningkatkan kemampuan manusianya dan tercapailah tujuan untuk melahirkan para pendakwah/Da'i yang kredibel.

6. Mahasiswa KPI angkatan 2019 suka membagikan konten dakwah di *cybermedia*.

Sebagai medium yang berkembang pesat dengan perkembangan teknologi yang pesat, media siber memudahkan mana-mana pengguna untuk melibatkan diri dalam pelbagai aktiviti seperti pendakwah/Da'i untuk menyebarkan ajaran agama. Berdasarkan pernyataan di atas, pembentangan diperoleh seperti berikut berikut:

a. Sangat Setuju	: 0 Mahasiswa	: 0%
b. Selalu	: 3 Mahasiswa	: 9%
c. Ragu-ragu	: 26 Mahasiswa	: 79%
d. Tidak Setuju	: 4 Mahasiswa	: 12%
e. Sangat Tidak Setuju	: 0 Mahasiswa	: 0%

Jika dilihat dari besarnya skor mahasiswa KPI angkatan 2019 menyatakan 79% ragu-ragu, artinya mereka kadang-kadang membagikan konten dakwah di *cybermedia* sehingga dapat disimpulkan mereka belum memiliki sikap konsisten pada profesi pendakwah/Da'i. Hanya 9% yang menyatakan selalu membagikan konten dakwah dan 12% menyatakan tidak setuju, maka mereka menyatakan tidak pernah membagikan konten dakwah.

Data diatas menunjukkan fakta yang berbeda dengan data-data sebelumnya dimana minat mahasiswa KPI angkatan 2019 mengalami peningkatan minat menjadi pendakwah/Da'i. Namun jika ditelaah dengan data pada point ke-5 hal ini menjadi relevan. Jika kampus sebagai lingkungan mereka belajar berperan aktif sebagai lingkungan yang mendukung kemampuan mahasiswanya melalui fasilitas yang memadai besar kemungkinan segala bentuk praktik dakwah khususnya dalam hal ini *cybermedia* dapat dengan mudah mereka lakukan. Secara teoritis mungkin mahasiswa mendapatkan materinya namun secara praktik mereka kurang menguasainya. Peran serta kampus menyediakan wadah dan fasilitas sangat penting dalam hal ini. Sehingga penyampaian materi dapat juga disertai dengan praktik apabila fasilitas disediakan dan dapat diakses dengan mudah.

7. Faktor yang mempengaruhi mahasiswa KPI angkatan 2019 menjadi pendakwah/Da'i.

a. Diri Sendiri	: 11 Mahasiswa	: 33%
b. Orangtua/Kerabat/Teman Dekat	: 8 Mahasiswa	: 24%
c. Tokoh Publik	: 14 Mahasiswa	: 42%

Seseorang melakukan sesuatu tentunya dipengaruhi oleh berbagai macam faktor. Hal ini dikenal dengan motif, yakni alasan individu melakukan sesuatu secara sadar.⁵³ Motif ini terbagi dalam dua jenis, yaitu motif internal dan motif eksternal. Keduanya memiliki peran pentingnya masing-masing dalam mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Seperti halnya dalam penelitian ini, mahasiswa KPI angkatan 2019 berdasarkan hasil sebagai kuesioner 42% menyatakan bahwa tokoh publik menjadi motif eksternal yang mempengaruhi mereka untuk menjadi seorang pendakwah/Da'i melalui *cybermedia*. Sementara 33% menyatakan bahwa dorongan diri sendiri menjadi alasan mereka menjadi pendakwah/Da'i dan orangtua/kerabat/orang terdekat sebesar 24%.

8. Tokoh yang berpengaruh terhadap minat mahasiswa KPI angkatan 2019 menjadi seorang pendakwah/Da'i di *cybermedia*.

Tokoh atau *rulemodel* atau teladan berdasarkan hasil kuesioner di atas menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi mahasiswa KPI angkatan 2019 menjadi seorang pendakwah/Da'i. Berdasarkan hal tersebut, peneliti menyajikan beberapa tokoh tokoh yang mempengaruhi mahasiswa KPI angkatan 2019 untuk menjadi seorang pendakwah/Da'i sebagai berikut.

a. Ustadz Abdul Somad	: 8 Mahasiswa	: 24%
b. Ustadz Hanan Attaki	: 12 Mahasiswa	: 36%
c. Felix Siau	: 1 Mahasiswa	: 3%

⁵³Hafi Anshari, *Kamus Psikologi*, (Surabaya: Usaha Nasional, 1996), hlm. 373.

d. Ustadz Adi Hidayat	: 4 Mahasiswa	: 12%
e. Ustadz Khalid Basmlah	: 1 Mahasiswa	: 3%
f. Selain itu	: 7 Mahasiswa	: 21%

Menurut tokoh-tokoh di atas, pendakwah/Da'i Ustadz Hanan Attaki yang boleh dikatakan bercorak dakwah moden adalah seorang Kori lulusan Pondok Pesantren Ruhul Banda Aceh pada tahun 2000 dan mendapat biasiswa. Beliau belajar di Universiti Al-Azhar di Kaherah, Mesir, kerana kemahiran mengaji yang merdu dan indah. Kerjaya dakwah Ustadz Hanan Attak mula dihebohkan selepas beliau muncul sebagai pengasas di saluran YouTube dan Instagram miliknya. “pemuda hijrah”.

Sebuah artikel menuliskan bahwa “Bagi pengguna media sosial seperti Youtube dan Instagram, sebagian besar sudah tidak asing lagi dengan namanya Ustadz Hanan Attaki”.⁵⁴ Sejak kemunculannya diberbagai media sosial, Ustadz Hanan Attaki dikenal dengan *tagline* sosial medianya yang terbilang unik, yakni “Banyak main, banyak manfaat, banyak pahala, sedikit dosa”. Kemampuan dakwahnya yang mudah diserap oleh berbagai kalangan masyarakat terutama kaum muda menjadi daya tarik Ustadz Hanan Attaki dalam mengajak muda-mudi berhijrah. Selain itu, Ustadz Hanan Attaki juga tidak berpenampilan selayaknya pendakwah pada umumnya, dirinya hanya menggunakan setelan kaos dan celana panjang serta kemeja yang dipadukan dengan kupluk sehingga memberikan kesan bahwa dirinya tidak memiliki sekat antara para pemuda dan dirinya. Konten dakwah yang disajikan dalam akun sosmednya juga terbilang cukup ringan diterima oleh kaum muda karena menampilkan berbagai kegiatannya termasuk traveling yang didalamnya diselipkan nilai-nilai Islami sehingga penikmat video dakwahnya tidak merasa bosan. Maka paututlah jika Ustadz Hanan Attaki mendapat posisi pertama tokoh pendakwah/Da'i yang menginspirasi

⁵⁴Hutasoit, “Menegnal Ustadz Hanan Attaki”, *MC Entertainment*, 9 Agustus 2019, Diakses pada Sabtu, 24 Desember 2019, Pukul 06.09. di Mengenal Ustadz Hanan Attaki - MC Entertainment (mikecarthy.com)

mahasiswa KPI angkatan 2019 dengan presentase perolehan skor sebesar 36%.

Tidak hanya Ustadz Hanan Attaki saja tokoh lain yang menginspirasi mahasiswa KPI angkatan 2019 berminat menjadi pendakwah/Da'i adalah Ustadz Abdul Somad (24%), Ustadz Adi Hidayat (12%), Felix Siauw (3%), Ustadz Khalid Basmath (3%) dan lainnya (21%). Masing-masing mahasiswa memiliki ketertarikan tersendiri terhadap tokoh pendakwah/Da'i dengan gaya dakwah yang berbeda-beda pula.

9. *Platform/Cybermedia* yang disukai mahasiswa KPI angkatan 2019 dalam melakukan dakwah.

a. Youtube	: 8 Mahasiswa	: 23%
b. Instagram	: 15 Mahasiswa	: 45%
c. Blog	: 0 Mahasiswa	: 0%
d. Lainnya	: 10 Mahasiswa	: 30%

Data *platform/cybermedia* yang disukai mahasiswa KPI angkatan 2019 menunjukkan bahwa Youtube dan Instagram menjadi media yang paling digemari. Perolehan presentase hasil olah data kuesioner menunjukkan 45% menyukai *Instagram*, 23% *youtube*, 0% *blog* dan 30% memilih media lain. Hasil tersebut memberi pengertian bahwa mahasiswa KPI angkatan 2019 memilih media *instagram* dan *youtube* menjadi media yang mereka gemari untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah melalui *cybermedia*.

Alasan ini juga berkaitan dengan jawapan pelajar dakwah kepada soalan sebelum ini. Kita tahu Ustadz Hanan Attaki adalah seorang promoter aktif dalam *cybermedia* dalam bentuk YouTube dan Instagram, jadi keuntungan peribadi soalan ini adalah berkaitan dengan jawabannya sebelumnya.

10. Tujuan mahasiswa KPI angkatan 2019 menjadi seorang pendakwah/Da'i.

Tujuan menjadi faktor internal atau faktor dalam diri bagi seseorang untuk melakukan sesuatu. Dalam penelitian ini tujuan mahasiswa KPI angkatan 2019 menjadi seorang pendakwah/Da'i adalah sebagai berikut:

- | | | |
|--|----------------|-------|
| a. Mengajak
kebaikan/membagikan
pesan dakwah | : 23 Mahasiswa | : 70% |
| b. Mencari Penghasilan | : 5 Mahasiswa | : 15% |
| c. Lainnya | : 5 Mahasiswa | : 15% |

Berdasarkan data persentase di atas, tujuan mahasiswa KPI angkatan 2019 menunjukkan 70% mengatakan untuk mengajak pada kebaikan/membagikan pesan dakwah. Tujuan ini memiliki latar belakang yang mulia. Bertujuan untuk mengajak masyarakat berbuat baik sesuai dengan ajaran agama merupakan tugas utama seorang pendakwah. Keberhasilan seorang pendakwah dapat dilihat dari kepiawaiannya dalam menyampaikan pesan-pesan dakwahnya dan mampu membawa jamaahnya berjalan pada arah yang lebih baik. Namun, dilain sisi sebagai seorang manusia yang harus memenuhi kebutuhan hidupnya tujuan menjadi seorang pendakwah/Da'i karena mencari penghasilan merupakan hal naluriah karena setiap profesi dilakukan tentunya memiliki maksud agar kehidupan dapat berjalan dengan layak. Sebanyak 15% mahasiswa KPI angkatan 2019 menyatakan tujuannya untuk mencari penghasilan dan 15% lagi memberikan alasan lain. Dengan demikian tujuan mahasiswa KPI angkatan 2019 untuk menjadi pendakwah/Da'i sebagian besar adalah untuk menyebarkan ajaran kebaikan dan mengajak kepada kebaikan kemudian sebagai profesi dan alasan lainnya.

11. Hambatan mahasiswa KPI angkatan 2019 menjadi seorang pendakwah/Da'i

- a. Tidak mempunyai alat yang mendukung : 5 Mahasiswa : 15%
- b. Kurang menguasai *cybermedia* : 6 Mahasiswa : 18%
- c. Belum ada kemauan : 19 Mahasiswa : 58%

Dari data di atas, hambatan mahasiswa KPI angkatan 2019 Menjadi Mubaligh/Da'i menjadi paling bermotivasi kerana tiada keinginan untuk berbuat demikian. Ini penting memandangkan dorongan dalaman seseorang adalah kuasa utama di sebalik pencapaian matlamat seseorang. 58% daripada pelajar menjawab bahawa mereka tidak mahu menjadi mubaligh jika mereka melihatnya. Pada masa yang sama, 15% mengatakan bahawa mereka tidak mempunyai peralatan tambahan, dan 18% mengatakan bahawa mereka tidak mempunyai pengetahuan yang mencukupi *cybermedia*.

E. Hasil Penelitian

Seperti pada pendapat Winkel tentang minat adalah kecenderungan yang menetap dalam subyek untuk merasa senang berkecimpung di bidang itu.⁵⁵ Seseorang dikatakan minat terhadap sesuatu obyek apabila seseorang perhatiannya memusat pada sesuatu yang disenangi dan merasa tertarik pada hal tersebut sehingga menyebabkan kemauan pada individunya untuk menekuni suatu hal yang ia minati. Seseorang yang memiliki minat yang tinggi juga tidak akan merasa putus asa dalam mencapai keinginan demi tercapainya tujuannya tersebut. Karena jika suatu hal yang diinginkannya bisa tercapai maka ada sebuah rasa kepuasan yang didapat dari sebuah usaha yang telah dilakukannya. Sama halnya yang juga disebutkan Muhibbin Syah, seseorang akan menaruh

⁵⁵ Winkel, Psikologi dan Evaluasi Belajar (Jakarta: PT Gramedia), h. 30.

perhatian lebih terhadap bidang yang diminati dan berusaha semaksimal mungkin untuk mencapai dan mewujudkan apa yang menjadi minatnya.⁵⁶

Implementasi atau penerapan berdakwah *dicybemia* penulis berpendapat bahwa cara terbaik untuk membangkitkan minat pada suatu objek mahasiswa dengan cara menggunakan minat mahasiswa yang telah ada. Minat berdakwah *dicybermedia* akan tumbuh apabila kita berusaha mencari berbagai informasi sedetail mungkin bisa juga dengan menghubungkan materi yang pernah diampu lalu kemudian dipraktekan secara langsung mengenai dakwah dan media. Hal ini bisa diterapkan dengan cara menghubungkan bahan bahan yang sedang viral agar mudah dipahami dan diketahui oleh mahasiswa. Untuk menumbuhkan minat terhadap suatu kegiatan seperti berdakwah, usahakan memperoleh keterangan untuk bagaimana menumbuhkan suatu minat agar dapat melakukan kegiatan tersebut secara efektif. Adapun minat akan tumbuh mana kala kita berusaha mencari berbagai informasi mengenai dakwah di media sosial.

Seperti halnya pendapat minat menurut I.L Simanjuntak dan B. Pasaribu bagaimana minat akan tumbuh pada sebuah proses atau hubungan secara langsung dengan sesuatu yang menariknya.⁵⁷ Mahasiswa KPI secara porsi mata kuliah sudah mempelajari mata kuliah dasar-dasar tentang dakwah dan media. Dalam persentasenya mahasiswa KPI angkatan 2019 76% mahasiswa senang dengan mata kuliah yang berkaitan dengan dakwah dan media lalu setuju terhadap mata kuliah yang berkaitan dengan dakwah dan media membantu mahasiswa dalam menjadi da'i yaitu 67% yang berarti sebuah proses atau hubungan secara langsung bagaimana mahasiswa minat berdakwah di *cybermdia* pada mahasiswa KPI angkatan 2018.

Setelah dilakukan perhitungan pada kuesioner penulis menyimpulkan bahwa minat berdakwah di *cybermedia* pada mahasiswa KPI UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto angkatan 2019 sangat sedikit yaitu 27%.

Dari beberapa pendapat tentang minat dari beberapa tokoh maka penulis menyimpulkan tentang sebuah ciri ciri minat itu sendiri yaitu adanya rasa butuh

⁵⁶ Muhibbin Syah, Psikologi Belajar (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), h. 151.

⁵⁷ I. L. Pasaribu dan Simanjuntak, Proses Belajar Mengajar, (Bandung: Tarsito, 1983), h.52

ketertarikan terhadap berdakwah di *cybermedia*. Dari hasil kuesioner yang di bagikan kepada mahasiswa KPI yaitu 21% mahasiswa KPI memilih fakultas dakwah karena ingin menjadi da'i, Karen fakultas dakwah atau khususnya prodi KPI sesuai visi dan misi prodi KPI yaitu, dapat menamatkan pengajian dengan kursus Dakwah dan berkaitan media yang diperolehi semasa pengajian Sarjana Muda 1 (S.1); Penguasaan asas dan falsafah Dakwah, penguasaan tema Islam dan sosial, penguasaan metodologi Dakwah, pemahaman organisasi dakwah.⁵⁸

Adanya minat disebabkan karena 2 faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Pada faktor mahasiswa berdakwah di *cybermedia*, dapat disimpulkan bahwa indikator yang memiliki nilai tertinggi adalah faktor eksternal pada tokoh publik dengan perolehan persentasi 42% dan lingkungan kampus 23%. Dari 2 faktor yang ada, faktor yang dialami oleh mahasiswa yaitu faktor eksternal. Faktor eksternal adalah sesuatu yang membuat seseorang berminat yang datangnya dari luar diri, seperti: dorongan dari teman atau orang lain dan keadaan lingkungan.

Hal tersebut terlihat pada keinginan mahasiswa KPI UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto pada faktor lingkungan dengan presentase yg cukup tinggi, menandakan minat seperti dalam bukunya Syaifullah Bahri Djamarah, yang mana minat adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas,⁵⁹ hal tersebut terbukti pada kuesioner yang diberikan kepada mahasiswa KPI angkatan 2019 yaitu berarti seseorang yang berminat pada suatu aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang, atau dengan kata lain minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Beberapa tokoh juga menjadi perhatian khusus bagi mahasiswa KPI angkatan 2019, dan ada beberapa tokoh yang jelas memberikan gambaran membuat mahasiswa tertarik akan minat berdakwah di *cybermedia*.

Sosok Ustadz Hanan Attaki menjadi tokoh yang banyak mempengaruhi mahasiswa KPI angkatan 2019 berdakwah di *cybermedia*. Terbukti 36%

⁵⁸ Panduan Akademik 2020-2021 IAIN Purwokerto, Purwokerto 2020-2021, hlm.209

⁵⁹ Syaifullah Bahri Djamarah, Psikologi Belajar (Jakarta: PT Asdi Mahasatya, 2002), h.132

mahasiswa KPI menyatakan Ustadz Hanan Attaki adalah tokoh dakwah yang mempengaruhi untuk berdakwah di *cybermedia*. Sosoknya yang sangat hebat dalam memberikan pesan-pesan inspiratif dakwahnya membuatnya menjadi sosok yang berpengaruh. Ustadz Hanan Attaki terkenal sangat aktif di media sosial, dimana dia rutin membagikan ajaran dan hikmah islam. Kehadirannya di platform digital ini tidak hanya membuatnya dapat menjangkau audiens yang lebih luas, tetapi juga memungkinkan beliau untuk terhubung dengan generasi muda yang semakin digital. Dengan menggunakan media yang akrab dengan generasi muda, Ustadz Hanan Attaki berhasil menjembatani kesenjangan antara ajaran agama kuno dan kehidupan modern. Terbukti dengan aktifnya Ustadz Hanan Attaki di sosial media, beliau mempunyai pengikut di *instagram* sebanyak 9,5jt dan subscriber *youtube* 2,5jt, data tersebut sudah menggambarkan begitu berpengaruhnya mahasiswa KPI dalam berdakwah di *cybermedia* khususnya faktor eksternal. Adapun tokoh lain seperti Ustadz Abdul Somad yang memiliki presentase 24%, Ustadz Adi Hidayat 12% dan tokoh-tokoh lain.

Dari beberapa tokoh da'i yang berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berdakwah di *cybermedia* kebanyakan adalah tokoh yang memang muncul di beberapa *cybermedia*/sosial media. Mahasiswa akan menaruh perhatian lebih terhadap bidang yang diminati dan berusaha semaksimal mungkin untuk mencapai dan mewujudkan apa yang menjadi minatnya.⁶⁰

Jika dilihat dari jenis *cybermedia* memiliki banyak jenisnya, seperti *web*, *e-mail*, *bulletin boards*, *blog*, *wiki*, aplikasi pesan, *internet "broadcasting"*, media sosial dll. ditinjau dari segi media populer untuk saat ini sudah bergeser yang dulu masih menggunakan *blog*, *web*, seiring berkembangnya zaman media sosial menjadi *platform cybermedia* paling populer.

Data platform *cybermedia* yang disukai mahasiswa KPI angkatan 2019 menunjukkan bahwa Youtube dan Instagram menjadi media yang paling digemari. Perolehan presentase hasil olah data kuesioner menunjukkan 45% menyukai Instagram, 23% youtube, 0% blog dan 30% memilih media lain. Hasil tersebut memberi pengertian bahwa mahasiswa KPI angkatan 2019 memilih

⁶⁰ Muhibbin Syah, Psikologi Belajar (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), h. 151.

media istagram dan youtube menjadi media yang mereka gemari untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah melalui *cybermedia*. Alasan ini juga berkaitan dengan jawaban responden kepada Pernyataan sebelum ini. Kita tahu Ustadz Hanan Attaki adalah seorang da'i yang sangat aktif dalam berdakwah di da'i yang sangat aktif dalam berdakwah di *cybermedia* khususnya YouTube dan Instagram.

Sebagai medium yang berkembang pesat dengan perkembangan teknologi yang pesat, *cybermedia* memudahkan mana-mana pengguna untuk melibatkan diri dalam berbagai aktivitas seperti Da'i untuk menyebarkan ajaran agama. Jika dilihat dari besarnya skor mahasiswa KPI angkatan 2019 menyatakan 79% ragu-ragu, artinya mereka kadang-kadang membagikan konten dakwah di *cybermedia* sehingga dapat disimpulkan mereka belum memiliki sikap konsisten pada profesi pendakwah/Da'i. Hanya 9% yang menyatakan selalu membagikan konten dakwah dan 12% menyatakan tidak setuju, maka mereka menyatakan tidak pernah membagikan konten dakwah. Data diatas menunjukkan fakta yang berbeda dengan data-data sebelumnya dimana minat mahasiswa KPI angkatan 2019 mengalami peningkatan minat menjadi pendakwah/Da'i. Namun jika ditelaah dengan data pada point ke-5 hal ini menjadi relevan. Jika kampus sebagai lingkungan mereka belajar berperan aktif sebagai lingkungan yang mendukung kemampuan mahasiswanya melalui fasilitas yang memadai besar kemungkinan segala bentuk praktik dakwah khususnya dalam hal ini *cybermedia* dapat dengan mudah mereka lakukan. Secara teoritis mungkin mahasiswa mendapatkan materinya namun secara praktik mereka kurang menguasainya. Peran serta kampus menyediakan wadah dan fasilitas sangat penting dalam hal ini. Sehingga penyampaian materi dapat juga disertai dengan praktik apabila fasilitas disediakan dan dapat diakses dengan mudah

Berdasarkan data persentase di atas, tujuan mahasiswa KPI angkatan 2019 menunjukkan 70% mengatakan untuk mengajak pada kebaikan/membagikan pesan dakwah. Tujuan ini memiliki latar belakang yang mulia. Bertujuan untuk mengajak masyarakat berbuat baik sesuai dengan ajaran agama merupakan tugas utama seorang pendakwah. Keberhasilan seorang

pendakwah dapat dilihat dari kepiawaiannya dalam menyampaikan pesan-pesan dakwahnya dan mampu membawa jamaahnya berjalan pada arah yang lebih baik. Namun, dilain sisi sebagai seorang manusia yang harus memenuhi kebutuhan hidupnya tujuan menjadi seorang Da'i karena mencari penghasilan merupakan hal naluriah karena setiap profesi dilakukan tentunya memiliki maksud agar kehidupan dapat berjalan dengan layak. Sebanyak 15% mahasiswa KPI angkatan 2019 menyatakan tujuannya untuk mencari penghasilan dan 15% lagi memberikan alasan lain. Dengan demikian tujuan mahasiswa KPI angkatan 2019 untuk menjadi Da'i sebagian besar adalah untuk menyebarkan ajaran kebaikan dan mengajak kepada kebaikan kemudian sebagai profesi dan alasan lainnya.

Banyak hal yang mempengaruhi minat mahasiswa berdakwah di *cybermedia* di program studi KPI sendiri yang juga membuat masalah atau hambatan yang mempengaruhi minat mahasiswa. Dari kuesioner yang diberikan kepada mahasiswa angkatan 2019 yaitu 58% menyatakan belum memiliki kemauan, 18% kurang menguasai *cybermedia*, 15% tidak mempunyai alat yang mendukung. Hal ini menyangkut soal ketertarikan mahasiswa terhadap mata kuliah dakwah dan media dan faktor eksternal yang sangat tinggi. Tetapi disisi lain mahasiswa sendiri belum kemauan untuk melakukan berdakwah di *cybermedia*.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan analisis penelitian tentang minat menjadi pendakwah/Da'i mahasiswa KPI angkatan 2019 UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Minat mahasiswa KPI angkatan 2019 terhadap profesi pendakwah/Da'i adalah sangat rendah yaitu 27%. Meskipun mereka menyukai mata kuliah yang berkaitan dengan dakwah dan media sebanyak 76% menyatakan suka tetapi untuk berprofesi sebagai pendakwah/da'i sebagian besar masih ragu-ragu terhadap profesi tersebut.
2. Faktor terbesar yang mempengaruhi mahasiswa KPI angkatan 2019 menjadi seorang pendakwah/Da'i berasal dari faktor eksternal, yakni pengaruh tokoh dengan perolehan presentase mencapai 42%. Beberapa tokoh yang membuat mahasiswa KPI minat yaitu; Ustadz Hanan Attaki, Ustadz Abdul Somad, Felix Siauw, Ustadz Adi Hidayat dan Ustadz Khalid Basmalah, dan selain tokoh diatas memiliki presentase 21.2%.
3. Jenis *cybermedia* yang banyak diminati mahasiswa KPI angkatan 2019 dalam berdakwah mayoritas adalah *instagram* dan *youtube* dengan perolehan persentase sebesar 45% dan 24%.

B. Saran

Penyelidikan mempunyai tujuan khusus untuk memberi manfaat kepada semua orang. Penilaian adalah penting untuk membetulkan ketidaksempurnaan. Berdasarkan perkara tersebut, pengkaji mengemukakan beberapa cadangan seperti berikut berikut:

1. Untuk Fakultas Dakwah diharapkan dapat memberikan dan meningkatkan sarana dan prasarana yang ada guna mendukung serta memfasilitasi mahasiswa Fakultas Dakwah khususnya jurusan Komunikasi Penyiaran Islam dalam ilmu pengetahuan dan teknologi, terutama dalam praktik dalam dakwah dan media.

2. Bagi mahasiswa untuk mampu meningkatkan kemampuan dengan aktif dan terus berlatih serta mengupgrade diri minimal mengunggah konten-konten dakwah sederhana dengan menggunakan media teknologi yang dimiliki sehingga dapat memberikan pengalaman serta mampu menambah pengalaman dan kemampuan.

C. Penutup

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa mencurahkan rahmat dan hidayah-Nya serta segala nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini

Sholawat serta salam selalu tercurah kepada junjungan Nabi agung Muhammad SAW. Nabi pembawa umat Islam pada jaman yang terang dan penuh keberkahan.

Dalam penulisan ini, penulis menyadari akan banyak kekurangan dan kelemahan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharap kritik dan saran membangun guna menyempurnakan skripsi ini.

Akhir kata penulis sampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah terlibat dalam penelitian ini, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembaca sekalian. Mohon maaf apabila terdapat banyak kesalahan. Semoga keberkahan, kebahagiaan dan kesejahteraan meliputi kita semua. Aamiin

DAFTAR PUSTAKA

- Ahsan Zuhdi. 2012. , Hubungan Minat Fotografi Dengan Motivasi Bekerja Pada Anggota Organisasi Jhepret Club Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. *Skripsi*.
- Al Munawaroh Julipah, 2018. Penerapan Did Berbasis Ilearning Media Guna Meningkatkan Daya Kompetisi Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi.
- Amanillah Khairul, 2021. Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Dakwah (Strategi Komunikasi Dakwah Pada Akun Instagram @komik.alsantri). *Skripsi*.
- Andreeyan. Rizal. 2014. Studi tentang Partisipasi Masyarakat Dalam Pelaksanaan Pembangunan Di Kelurahan Sambutan Kecamatan Sambutan Kota Samarinda. *eJournal admisinstrasi negara*, Volume 2, no.4. (Samarinda: Universitas mulawarma). Hlm 3, Diambil dari [http://ejournal.an.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2014/12/eJurnal%20RIZAL%20ANDREEYAN%20\(12-02-14-05-54-01\).pdf](http://ejournal.an.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2014/12/eJurnal%20RIZAL%20ANDREEYAN%20(12-02-14-05-54-01).pdf). Diakses tanggal 3 Maret 2019, jam 22.50 WIB.
- Akstari, Esti Dewi. 2010 *Minat menjadi jurnalis (pada mahasiswa komunikasi penyiaran islam fakultas dakwah UIN Sunan Kalijaga)*. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Aroxx, 2014. Pengertian Minat dan Pendapat Para Ahli. Blog Aroxx. <http://aroxx./2014/07/pengertian-minat-dan-pendapat-para-ahli.html>
- Bahri Djamarah. Syaifullah. 2002. *Psikologi Belajar*. Jakarta: PT Asdi Mahasatya.
- Basit, Abdul. 2013. *Filsafat Dakwah*. Depok : PT RajaGrafindo Persabda.
- Darminto, Purwo, Rizky. 2017. Fungsi media online dan manfaatnya bagi pengembangan pesan dakwah kepada public. *Skripsi*
- Djamarah Bahri Syaifullah, 2002. *Psikologi Belajar*.
- Fakultas Dakwah, UIN Saizu Purwokerto, uinsaizu.ac.id, <https://uinsaizu.ac.id/fakultas-dakwah-3/>
- Faldiansyah Iqrom, 2020. Dakwah Media Sosial: Alternatif Dakwah Kontemporer. *Jurnal Tawashiyah*. Vol.15 No.2.
- Haikiki Rizki, 2016. Dakwah Di Media Sosial (Etnografi Virtual pada Fanpage KH. Adullah Gymnastiar). *Skripsi*.
- Ksentra Ralas Gilang, 2020. Minat Mahasiswa Dalam Aktifitas Dakwah Melalui Media Sosial Facebook. *Skripsi*.

McLuhan, Marshall. 1994. *Understanding Media The Extension of Man*, (London: Routledge), hlm. 7. Syah, Muhibbin. 2010 *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.

Mutiawati Imas, 2018. *Dakwah Di Media Sosial*. Skripsi.

Nazarullah, Nazarullah. 2017. Efektivitas Cybermedia Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah Modern. *Jurnal Peurawi. media kajian komunikasi Islam*. Vol.1 No. 1 Tahun 2017. (Aceh: UIN Ar-Raniry). Hlm. 5-6, Diambil dari <http://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/peurawi/article/view/1986/1467> Diakses tanggal 3 Maret 2019. Jam 00:03 WIB.

Nasrullah, Dr. Rulli. 2016. *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)*, Hlm 25-30.

Pirol, Abdul. Jajuli, H. Sulaeman. Ed. 2016. *Komunikasi dan Dakwah Islam*. Hlm 4-5. Prahmadita Devi Aulia, 2014. , Faktor-faktor yang mempegaruhi minat siswa untuk mengikuti ekstrakurikuler drumband di SMP Negeri 1 Sleman. *Skripsi*.

Sugiyono. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumadi, Eko. 2016. Dakwah Media Sosial : Menebar Kebaikan Tanpa Diskrimasi. *Jurnal At-Tabsyir* Vol. 4, No. 1 Juni 2016. (Kudus: STAIN Kudus). Hlm 176. Diambil dari <http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/2912/2083> Diakses tanggal 3 Maret 2019. Jam 23:10 WIB.

Syah Muhibbin, 2010. *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*.

Winkel. 2011. *Psikologi dan Evaluasi Belajar*. Jakarta: PT Gramedia.

Bahri Djamarah. Syaifullah. 2002. *Psikologi Belajar*. Jakarta: PT Asdi Mahasatya.