

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama dakwah yang semua penganutnya diwajibkan untuk berdakwah. Tujuannya untuk menginformasikan dan memberi pemahaman mengenai ajaran Islam yang berdasarkan dari sumbernya yaitu Al-Qur'an dan Hadist. Untuk mencapai tujuan tersebut maka seorang da'i harus cermat dalam memilih dan menggunakan metode dalam dakwahnya, karena metode yang digunakan sangatlah berpengaruh terhadap respon para jama'ah.

Metode merupakan suatu cara yang dilakukan oleh seorang da'i untuk mencapai tujuan dalam keberhasilan penyampaian pesan dakwah agar lebih efektif dan efisien¹. Selain itu metode juga digunakan sebagai alat untuk menangani rintangan serta kendala-kendala yang dihadapi saat berdakwah. Metode bisa juga dikatakan sebagai senjata da'i untuk menarik perhatian para jama'ah, semakin menarik metode yang digunakan maka semakin banyak juga respon dari jama'ahnya.

Di era globalisasi ini aktivitas dakwah mengalami perkembangan jika dibandingkan dengan aktivitas dakwah yang terjadi di zaman Rasulullah (1960) saat awal mula diturunkannya risalah kepada seluruh para Nabi dan

¹ Enjang, *Dasar-dasar Ilmu Dakwah*, (Bandung: Tim Widya Padjajaran, 2009), hl. 83

ditetapkannya Nabi Muhammad saw sebagai Nabi dan Rasul². Di buktikan dengan adanya berbagaimacam metode baru yang digunakan oleh para da'i saat ini untuk berdakwah. Salah satunya yaitu dengan menggunakan media sosial sebagai media dakwah.

Media sosial dapat digunakan sebagai media sharing yang didalamnya juga bisa menyimpan file, video, gambar, audio (music), dan sebagainya. Media sosial yang kini banyak digunakan masyarakat Indonesia adalah *instagram*. Sehingga Indonesia dinobatkan sebagai komunitas *instagram* terbesar di Asia Pasifik karena total dari pengguna aktif *instagram* di setiap bulannya mencapai jumlah 700 juta. Padahal, pengguna aktif di awal tahun 2016 hanya 22 juta³. Hingga banyak orang yang menjadi terkenal karena aktif menggunakan *instagram*, ini yang biasa disebut dengan *selebgram*. Berasal dari kata *seleb* yaitu 'selebritis' dan *gram* yaitu '*instagram*'.

Media sosial *instagram* digunakan sebagai tempat untuk menyimpan foto, gambar dan video pendek yang berdurasi maksimal satu menit atau 30 detik. *instagram* ini digunakan oleh semua kalangan dari anak muda hingga orang dewasa. Saat ini, sudah banyak orang yang menggunakan *instagram* sebagai media dakwah melalui foto, gambar dan video pendek. Walaupun terbatas dengan durasi yang sangat singkat, namun pesan yang mereka sampaikan tetap sampai kepada para jama'ahnya yang tak terlihat. Tidak semua

² *Ibid*, h. 15

³ <https://bisnis.tempo.co/read/894605/45-juta-pengguna-instagram-indonesia-pasar-terbesar-di-asia>, diakses tanggal 11/12/2017 (05.40).

orang bisa bertahan lama mendengarkan tausiyah yang biasa dilakukan selama berjam-jam, maka ini alasan para da'i yang sudah menjadi *selebgam* untuk memanfaatkan *instagram* sebagai medianya untuk menyampaikan pesan dakwah yang singkat, isinya tetap padat dan jelas maksud yang disampaikan.

Sudah saatnya para da'i membuka mata untuk melihat dan mengikuti perkembangan zaman dalam aktivitas dakwahnya. Dengan memanfaatkan media sosial termasuk *instagram*. Karena saat ini media sosial sudah menjadi suatu kebutuhan hidup manusia yang mana mereka selalu ketergantungan dengan adanya media sosial tersebut. Sehingga hampir semua kalangan menggunakannya. Seperti yang telah dilakukan oleh Yudin Taqyudin atau yang lebih dikenal akrab dengan sebutan Gus Taqi. Seorang pimpinan pondok pesantren As-Sa'adah Bogor juga merupakan seorang pakar da'i yang awalnya berdakwah hanya melalui mimbar saja, namun seiring perkembangan teknologi Gus Taqi mencoba untuk memanfaatkannya secara bertahap. Mulai dari merekam pengajian secara utuh yang di *upload* ke web miliknya www.gustaqi.tv , menulis juga di www.gustaqi.com .

Dilanjutkan dengan fokus berdakwah di facebook pada tahun 2009, karena pada saat itu lebih banyak orang yang aktif mengakses facebook di bandingkan dengan membuka web miliknya. Dengan rasa ingin selalu mencoba hal baru dan selalu ingin mengikuti perkembangan zaman akhirnya beliau pun mulai menggunakan *youtube* dan *instagram* sebagai media dakwahnya. Bahkan

untuk saat ini Gus Taqi lebih sering menggunakan *instagram*, karena setiap video pengajian yang beliau *upload* di *youtube* berdurasi di atas 30 menit progres *viewers*-nya tidak melebihi jumlah 100. Dengan berbagaimacam pertimbangan akhirnya Gus Taqi membuat video pendek supaya bisa di *share* via *whatsapp* juga tidak memakan kuota yang besar saat di tonton di *youtube*.

Tujuannya memanfaatkan media sosial supaya jangkauan dakwahnya lebih luas dan dapat dirasakan oleh lebih banyak khalayak di luar sana, sama dengan yang dirasakan oleh santri Ponpes Tahfidz Bina Insan Mulia Al-Mawahib Soreang sebagai pengamat video dakwah di media sosial khususnya *instagram*. Mereka mengamati video dakwah karena atas saran dari pimpinan ponpes tahfidz Bina Insan Mulia Al-Mawahib untuk bisa menggunakan dan memanfaatkan media sosial sebagai media dakwah. Baik hanya sekedar membuat status yang memotivasi atau mengajak orang lain untuk melakukan kebaikan, ataupun melihat video/gambar yang terdapat pesan dakwahnya.

Instagram yang kini banyak digunakan oleh santri ponpes Bina Insan Mulia Al-Mawahib sebagai media informasi untuk mendapatkan ilmu keislaman. Dengan melihat video *instagram* para da'i yang menurut mereka masuk akal atas pesan dakwah yang disampaikannya dan juga baik cara penyampaiannya sehingga membuat mereka faham dan terjadi perubahan lebih baik setelah melihat video tersebut, seperti pesan dakwah Gus Taqi di video *instagram*-nya yang dapat difahami maksud dari pesan tersebut walaupun hanya dengan durasi yang sangat singkat. Gus Taqi mengemas materi pesan

dakwahnya secara singkat namun isinya tetap padat dan jelas. Juga dengan seni gaya berbicara yang menarik serta intonasi yang jelas dan dibantu dengan tulisan atas apa yang sedang disampaikannya membuat para santri tertarik untuk selalu melihat video dakwah Gus Taqi di *instagram* miliknya⁴

Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Respon Santri Ponpes tahfidz Bina Insan Mulia Al-Mawahib terhadap Pesan Dakwah Gus Taqi di *Instagram*”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti menemukan beberapa permasalahan yang muncul untuk dijadikan bahan dalam penelitian ini. Yakni permasalahan-permasalahan yang timbul adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perhatian santri terhadap pesan dakwah Gus Taqi di *instagram*?
2. Bagaimana pengertian santri terhadap pesan dakwah Gus Taqi di *instagram*?
3. Bagaimana penerimaan santri terhadap pesan dakwah Gus Taqi di *instagram*?

⁴ Hasil wawancara dengan Rianti Khoerunnisa pada tanggal 21 Januari 2018

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perhatian santri terhadap pesan dakwah Gus Taqi di *instagram*
2. Untuk mengetahui pengertian santri terhadap pesan dakwah Gus Taqi di *instagram*.
3. Untuk mengetahui penerimaan santri terhadap pesan dakwah Gus Taqi di *instagram*.

D. Kegunaan penelitian

1. Secara Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan akademis, khususnya fakultas Dakwah dan Komunikasi, jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam memberikan kontribusi positif pada kajian bidang ilmu dakwah dengan memanfaatkan kemajuan teknologi di zaman modern ini yaitu memanfaatkan media sosial untuk di gunakan sebagai media dakwah agar bisa mencapai khalayak yang lebih luas.

2. Secara Praktis

Diharapkan juga dari hasil penelitian ini dapat berguna untuk memberikan informasi kepada santri ponpes tahfidz Bina Insan Mulia

Al-Mawahib terhadap pesan dakwah Gus Taqi di *instagram*, sehingga dapat memberikan masukan atas pesan dakwah Gus Taqi yang disampaikan melalui video *instagram* guna untuk meningkatkan kualitas pesan dakwah dalam media sosial *instagram* dan juga supaya media sosial *instagram* tetap menjadi media yang bermanfaat bagi para *followers* khususnya dalam menambah wawasan ilmu pengetahuan keislaman.

E. Kerangka pemikiran

1. Dakwah

Dakwah merupakan suatu kegiatan mengajak kepada manusia untuk menuju jalan yang benar dengan melakukan kebaikan baik itu tulisan, lisan maupun tindakan, guna untuk menerapkan nilai ajaran Islam ke dalam kehidupan pribadi, masyarakat, dan keluarga⁵.

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ
الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ ءَامَنَ أَهْلَ الْكِتَابِ لَكَانَ خَيْرًا لَهُمْ مِّنْهُمْ
الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ ﴿١١٠﴾

“Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma’ruf, dan mencegah dari yang munkar, dan beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka, di antara mereka

⁵ *Op.cit*, hl. 5

*ada yang beriman, dan kebanyakan mereka adalah orang-orang yang fasik.*⁶

Ayat di atas menyebutkan, umat Islam dilahirkan adalah untuk berdakwah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dakwah hukumnya adalah wajib bagi umat Islam. Hukum wajib dalam dakwah Islamiah sudah tidak perlu diperdebatkan lagi, karena sudah merupakan kewajiban dan tuntunan hidup umat Islam yang harus dilakukan secara kontinu (*istiqomah*)⁷.

2. Bil-Kitabah

Dakwah *bil-kitabah* merupakan metode dakwah yang dilakukan melalui tulisan, seperti buku-buku, majalah, ataupun tulisan lainnya yang berisikan mengenai pesan dakwah baik tulisan yang ada di web, media sosial ataupun media lainnya. Karya tulis yang dihasilkan tidak hanya berupa tulisan, namun bisa juga berupa gambar atau lukisan yang mengandung pesan dakwah.⁸

Metode dakwah *bil-kitabah* ini ada sejak zaman Rasulullah saw saat menyebarkan ajaran Islam yang mana beliau memerintahkan kepada kepala rakyatnya yang belum beragama Islam dengan menulis surat untuk menyeru kepada mereka tentang kebaikan sebenarnya.

Kini banyak para da'i yang memanfaatkan medianya sebagai media dakwah, baik itu web, media sosial ataupun yang lainnya. Pesan dakwah

⁶ PT Cordoba Internasional Indonesia, 2012. 3 : 110

⁷ Abu Zahra, *Dakwah Islamiah*, (Bandung: PT Remaja Rosdakar, 1994), hl. 42

⁸ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana,2009), hl.374

disampaikan tidak hanya berupa tulisan dalam bentuk narasi namun ada juga yang melalui video dengan dilengkapi tulisan didalamnya. Bertujuan untuk membuat mad'u lebih memahami pesan yang disampaikan melalui tulisan dan ekspresi da'i dalam video tersebut.

3. Santri

Kata santri berasal dari kata *cantrik* yang artinya orang-orang yang belajar dan mengikuti guru agamanya.⁹ Sedangkan menurut Kamus Besar bahasa Indonesia (KBBI) santri adalah (1) orang yang mendalami agama Islam, (2) orang yang beribadah dengan sungguh-sungguh, (3) orang yang shaleh.¹⁰

Santri bisa juga definisikan sebagai orang yang belajar ilmu agama di pesantren dan selalu mengikuti yang dianjurkan oleh guru agamanya. Terdapat bermacam-macam ilmu agama yang dipelajarinya, baik itu kitab kuning, Al-Qur'an ataupun ilmu agama lainnya yang sesuai dengan syariat Islam (Al-Qur'an dan Hadits).

Santri terbagi kedalam dua kelompok, yaitu santri mukim dan santri *kalong*. Santri mukim adalah santri yang menetap di pesantren namun berasal dari luar daerah. Santri *kalong* adalah santri yang tempat tinggal asalnya tidak jauh dari lokasi pesantren, sehingga santri *kalong* ini tidak

⁹ Nurcholis Majid, *Bilik-bilik Pesantren, sebuah potret perjalanan*, (Jakarta: Paramadina, 1997), hl.20

¹⁰Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1998), hl. 783

menetap di pesantren dengan kata lain hanya mengikuti pembelajarannya saja.¹¹

4. Instagram

Kata *instagram* berasal dari kata instan dan *gram (telegram)*¹². sehingga *instagram* dapat diartikan sebagai sebuah aplikasi media sosial yang bisa mengirimkan informasi secara cepat, baik berupa foto atau video ke jejaring sosial yang lainnya.

Pengguna *instagram* mengalami perkembangan yang pesat dibuktikan dengan jumlah yang setiap tahunnya semakin bertambah. *Instagram* sangat populer hampir di semua kalangan. Kepopuleran *instagram* mencapai rekor yang sangat baik. Karena *instagram* dapat diakses melalui *smartpone* dan komputer kapanpun dan dimanapun. Kelebihan ini yang membuat para penggunanya menjadi ketergantungan dengan adanya *instagram* sebagai media informasi.

5. Teori S-O-R

Dalam teori *social learning* disebutkan bahwa bandura menjelaskan mengenai cara manusia belajar langsung dari pengalaman yang sebaik-baiknya dan menjadikan hasil riset sebagai modelnya¹³. Teori *social learning* dikembangkan oleh ilmu komunikasi sehingga muncul teori S-O-

¹¹ HM. Amin Haedari, dkk, *Masa Depan Pesantren*, (Jakarta: IRD Press, 2004), hl. 35

¹² Miliza Ghazali, *Buat Duit dengan Facebook dan Instagram*, (Malaysia: Publishing House, 2016), hl. 86

¹³ Dr. Acep Aripudin, *Pengembangan Metode Dakwah*, (Jakarta: Rajawali pers, 2011), hl. 24

R, singkatan dari Stimulus-Organism-Respon di dalam ilmu sosiologi dan komunikasi.¹⁴

Menurut stimulus respon, seorang komunikator dalam menyampaikan pikiran dan perasaan harus bisa mengubahnya ke dalam bentuk simbol verbal atau nonverbal yang dapat dipahami oleh komunikan (penerima pesan). Sehingga komunikator dapat memperkirakan kesesuaian antara pesan yang disampaikan dan reaksi komunikan.¹⁵ Jadi unsur komunikasi menurut Lasswell yang dikutip oleh Deddy Mulyadi yaitu:

- a. Pesan (stimulus)
- b. Media
- c. Komunikan (Organism)
- d. Efek (Respon)

Pesan (stimulus) adalah pesan dakwah Gus Taqi, media adalah *instagram* @Gustaqi, komunikan (Organism) disini adalah santri ponpes tahfidz Bina Insan Mulia Al-Mawahib, dan efek (Respon) adalah sikap santri ponpes tahfidz Bina Insan Mulia Al-Mawahib.

Respon adalah sikap atau perilaku seorang komunikan dalam proses komunikasi. Keberhasilan komunikator dalam menyampaikan pesan, dilihat dari umpan balik (*feed back*) komunikasinya. Terlihat dari cara

¹⁴ Onong Unchyana Effendi, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung, PT Citra Aditya Bakti, 2003), hl. 254

¹⁵ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), hl. 70

komunikasikan dalam menangkap pesan dari yang disampaikan oleh komunikator. Umpan balik (*feed back*) biasanya menandakan proses berjalan lancarnya komunikasi.¹⁶

Menurut teori respon dalam membentuk sikap bukan pada “apa (*what*)” dan “mengapa (*why*)” tetapi “bagaimana (*how*)”. Jelasnya *How to communicate*, dalam hal ini adalah *How to change attitude*, bagaimana mengubah sikap komunikasikan. Semua itu akan berubah jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula.

Terdapat tiga variabel penting setelah menelaah sikap yang baru pada diri manusia menurut Hovland, Janis dan Kelley dalam bukunya Mar’at, yaitu:

- a. Perhatian
- b. Pengertian
- c. Penerimaan

Menurut Kenneth E, Andersen yang dikutip oleh Jalaluddin Rakhmat “Perhatian” dapat didefinisikan sebagai proses mental yang terjadi saat stimuli atau rangkaian stimuli menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli

¹⁶ Onong Uchjana, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2003), hl.314

lainnya sedang melemah.¹⁷ Terdapat dua faktor yang mengikat “Perhatian” yaitu faktor-faktor yang menurut perhatian di luar kita dan kondisi orang lain di dalam orang itu sendiri. Walaupun terdapat pembeda diantara ke dua faktor tersebut, namun tetap berguna sebagai titik tolak.¹⁸

Dalam buku Abu Ahmadi di sebutkan bahwa “Pengertian” adalah hasil pikir seseorang yang merupakan ringkasan sifat-sifat pokok dalam bentuk perkataan.¹⁹

Sedangkan “Penerimaan” dapat di artikan sebagai hasil keputusan mengenai suatu perubahan sikap agar sesuai dengan sikap yang diharapkan.²⁰

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka dapat digambarkan mengenai konsep dalam penelitian ini sebagai berikut:



 UIN
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SUNAN GUNUNG DJATI
 BANDUNG

¹⁷ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1994), hl. 52

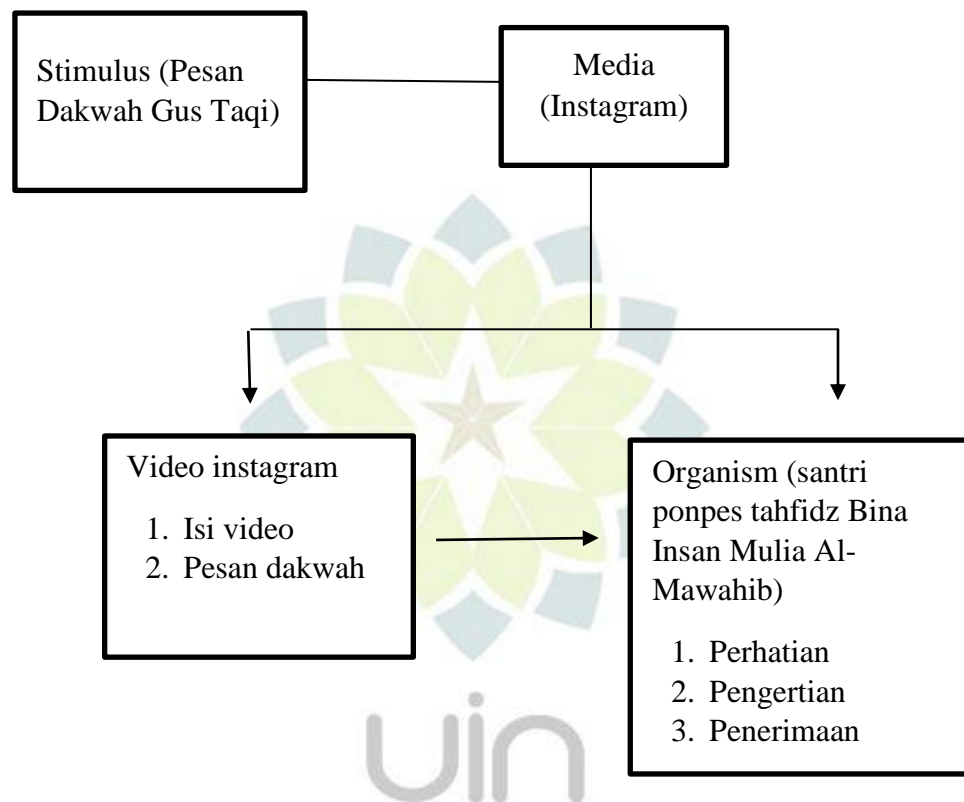
¹⁸ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Psikologi umum: Program Keguruan Pada Tingkat Tertulis Tipe B Tingkat PGSMTP*, (Bandung:, Pusat Pengembangan Penataran Guru Tertulis, 1989), hl. 4

¹⁹ Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), hl. 169

²⁰ Mar'at, *Sikap Manusia Perubahan Serta Pengukurannya*,(Jakarta:Ghalia Indonesia, 1982), hl. 31

Gambar 1.1

Teori S-O-R



Stimulus atau pesan disampaikan melalui media sosial instagram Gus Taqi berupa video, sehingga menimbulkan perhatian, pengertian, dan penerimaan santri ponpes tahfidz Bina Insan Mulia Al-Mawahib. Setelah pesan tersebut di terima oleh komunikan lalu di olah menjadi perubahan sikap.

6. Oprasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel bebas atau independen yang merupakan respon santri ponpes Bina Insan Mulia Al-Mawahib (x), dan variabel tidak bebas atau dependen yaitu pesan dakwah Gus Taqi di *instagram* (y).

Tabel 1.1

Oprasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator
1. Variabel (x) (Respon Santri Ponpes Tahfidz Bina Insan Mulia Al-Mawahib)	a. Perhatian	<ul style="list-style-type: none"> • Video dakwah di <i>instagram</i> merupakan tayangan yang bermanfaat • Metode menarik • Pesan dakwah singkat, namun padat dan jelas • Rasa ingin tahu • Seni dalam

		berbahasa
	b. Pengertian	<ul style="list-style-type: none"> • Bertambahnya pemahaman ilmu keagamaan • Pemahaman terhadap pesan dakwah • Mudah dimengerti
	c. Penerimaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Efek Kognitif <ul style="list-style-type: none"> - Pengetahuan - Menambah wawasan 2. Efek Afektif <ul style="list-style-type: none"> - Kecenderungan - Perasaan 3. Efek Konatif <ul style="list-style-type: none"> - Sikap - Prilaku
2. Variabel (y) (dakwah Gus Taqi di <i>Instagram</i>)	a. Gus Taqi	Kepiawaian Gus Taqi dalam menyampaikan pesan dakwah

	b. Pesan Dakwah	
	c. Pengemasan	<p>Metode dakwah dalam video dikemas secara menarik dan tetap sesuai dengan ketentuan.</p> <p>Teknik yang digunakan yaitu komunikasi tidak langsung, dengan melihat dakwah melalui tayangan video instagram.</p>

F. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di ponpes tahfidz Bina Insan Mulia Al-Mawahib yang bertepatan di jl. Raya Soreang Banjaran Komplek Gading Tutuka 2, Desa Ciluncat Kec. Cangkuang Kab. Bandung. Karena yang menjadi subjek penelitian adalah santri ponpes tahfidz Bina Insan Mulia Al-

Mawahib dan yang menjadi objek penelitiannya adalah pesan dakwah Gus Taqi di media sosial *instagram*.

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pertimbangan metode ini dapat menggambarkan masalah penelitian terhadap tujuan penelitian. Tujuan dari metode ini adalah untuk mencari informasi yang faktual dan akurat dari gejala yang terjadi serta sifat-sifat populasi atau daerah tertentu²¹. Selain itu metode deskriptif dapat mengungkapkan secara mendalam mengenai gambaran dan hasil akhir penelitian dengan menggambarkan perhatian, pengertian, penerimaan santri terhadap pesan dakwah Gus Taqi di *instagram*.

3. Populasi dan Sampel

Dalam menentukan validitas dan kesahihan²² data yang dijadikan sebagai objek penelitian dalam pengumpulan data yang diperlukan, dengan populasi dalam penelitian ini adalah santri pondok pesantren tahfidz bina insan mulia al-mawahib soreang yang berjumlah 52 orang dan juga sebagai pengamat video dakwah Gus Taqi di *instagram*. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100% karena jumlah keseluruhan dari populasi yang ada jumlahnya kurang dari 100. Karena jika jumlah populasi kurang

²¹ Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 1998), hl. 18

²² *Ibid*, hl.78

dari 100, maka lebih baik diambil keseluruhannya yang disebut sebagai penelitian populasi.

4. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif, jenis data yang menerangkan kegiatan untuk melihat tayangan video dakwah Gus Taqi di *instagram*.

5. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sumber data primer dan sekunder. Diantaranya yaitu :

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer didapatkan dari hasil observasi lapangan ke ponpes tahfidz Bina Insan Mulia Al-Mawahib, serta wawancara dan hasil penghitungan angket dari santri dalam merespon pesan dakwah Gus Taqi di *Instagram*, dan juga dokumentasi dari semua kegiatan penelitian.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah untuk melengkapi sumber primer yang didapatkan dari web *www.gustaqi.com*, dan media sosial, diantaranya *instagram @gustaqi*, *youtube @gustaqi*, serta *facebook @gustaqi*.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, yaitu :

a. Teknik observasi

Teknik observasi dalam penelitian ini sangatlah penting untuk mengumpulkan fakta dengan mengamati yang dilakukan santri Pondok Pesantren Tahfidz Bina Insan Mulia Al-Mawahib hingga didapatkan deskripsi pertanyaan dari kenyataan yang sesuai dengan masalah penelitian.

Teknik ini diharapkan dapat melihat gambaran secara umum lokasi penelitian. Observasi ini bertujuan untuk memperoleh data dari fakta yang sesuai dengan permasalahan mengenai bermacam fenomena di lokasi dan aktifitas melihat video dakwah Gus Taqi di *instagram*.

b. Teknik wawancara

Teknik wawancara yang dilakukannya tidak menggunakan pedoman wawancara yang terstruktur, yaitu dengan menyusun kuesioner terlebih dahulu oleh pewawancara. Pewawancara mengkomunikasikan pertanyaan yang telah tersusun di dalam kuesioner yang telah di susun sebelumnya, sehingga responden mengerti maksud dari pertanyaan yang diajukan dan responden dapat menjawab secara baik, yang diwawancarai dalam penelitian ini

adalah pemilik akun instagram yaitu Yudi Taqyudin yang akrab di panggil dengan sebutan Gus Taqi.

c. Angket

Untuk mendapatkan informasi dari responden yaitu dengan cara pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pernyataan yang telah di susun dalam kuesioner berupa angket, dengan tujuan untuk dapat memberikan respon terhadap kuesioner tersebut.

Dalam penelitian ini teknik angket yang digunakan adalah teknik tertutup, yang mana sudah di persipkan beserta jawabannya dalam bentuk pilihan. Jawaban yang tersedia yaitu point 1-5 dengan skala *linkert*²³. Di mulai dari poin 5 = sangat setuju (SS), 4 = setuju (S), 3 = kurang setuju (KS), 2 = tidak setuju (TS), sampai poin 1 = sangat tidak setuju (STS)²⁴, dengan model angket seperti berikut:

Tabel 1.2
Poin Angket

SS				STS
5	4	3	2	1

²³ Skala likert merupakan skala yang biasa digunakan dalam analisis kuantitatif berupa angket untuk mengukur pendapat suatu kelompok terhadap fenomena sosial. Skala ini sering digunakan untuk penelitian berupa survei deskriptif.

²⁴ Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, Bandung: unpar press, 2006), hl. 300-301

Point ini akan dijadikan masukan dalam memberikan point dari jawaban responden terhadap suatu pernyataan.

7. Analisis Data

Pada dasarnya data yang diperoleh dalam penelitian adalah data-data yang masih bersifat gambaran umum sehingga memerlukan penganalisaan secara objektif. Data tersebut dimanfaatkan dan dikerjakan sedemikian rupa sampai berhasil menyimpulkan kebenaran-kebenaran yang dapat dipakai untuk menjawab persoalan-persoalan yang diajukan dalam penelitian.²⁵

Setelah terkumpul data-data secara lengkap, selanjutnya dilakukan langkah-langkah sebagai berikut :

a. Reduksi Data

Data dikumpulkan sebanyak-banyaknya, melalui observasi, wawancara, angket dan dokumentasi mengenai masalah dalam penelitian yaitu “Respon Santri Pondok Pesantren Tahfidz Bina Insan Mulia Al-Mawahib terhadap Dakwah Gus Taqi di *Instagram*”. Tidak lupa juga dilakukan editing dan penyortiran terhadap data yang tidak diperlukan. Bertujuan untuk memastikan

²⁵ Kontjaraningrat, *Metode Penelitian Masyarakat*, (Jakarta: PT Gramedia, 1983), h. 269

bahwa data yang didapatkan dan akan dianalisis, sesuai dengan kebutuhan penelitian.

b. Penyajian data

Data yang telah terkumpul kemudian di kelompokkan sesuai dengan karakteristik data yang dibentuk ke dalam skema, berupa persentase, bagan, grafik, dan histografi.

c. Menarik kesimpulan

Dari hasil penelitian setelah semua permasalahan terjawab serta berbagai data dan informasi lengkap yang telah didapatkan dari hasil penghitungan angket maka ditarik kesimpulan dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

P = Angka Persentase

f = Frekuensi

n = Jumlah Responden



Untuk mengukur korelasi antara kedua variabel (x) dan (y), digunakan tabel sebagai berikut :

Tabel 1.3

Persentase Hasil Angket

Persentase	Keterangan
0% - 10%	Sangat Rendah
11% - 20%	Rendah
21% - 50%	Sedang
51% - 80%	Tinggi
81% - 100%	Sangat Tinggi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI

Nilai rata-rata skor respon santri ponpes tahfidz Bina Insan Mulia Al-Mawahib terhadap pesan dakwah Gus Taqi di *instagram* dianalisis menggunakan kriteria analisis sebagai berikut:

Tabel 1.4
Kriteria Rata-Rata Skor

Skor	Keterangan
1,0 – 2,0	Rendah
2,1 – 3,0	Sedang
3,1 – 4,0	Tinggi
4,1 – 5,0	Sangat Tinggi