

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Selama perkembangan sejarah umat manusia, komunikasi oral telah tersisihkan oleh komunikasi visual yang dibarengi dengan penyertaan audio yang menarik untuk didengar. Penglihatan dan pendengaran inilah yang dapat memberikan pengalaman baru serta menyampaikan berbagai nuansa pemikiran kepada khalayak. Sebagaimana yang diungkapkan Turnbull dan Baird dalam Rakhmat (2009:112), “penyampaian informasi melalui gambar-gambar visual sudah merupakan bagian dari kehidupan manusia sejak sejarah yang paling dini. Bahkan definisi dasar sejarah membedakan masa sejarah dan pra sejarah pada satu saat ketika kemampuan pengetahuan secara visual menjadi bagian dari sejarah peradaban manusia”.

Selain itu pula, teknologi komunikasi kini telah mengalami perkembangan yang sangat mutakhir, sehingga mampu membawa manusia kepada sebuah peradaban baru yang serba canggih. Williams dalam Rakhmat (2009:112) menyatakan bahwa “...*the contemporary explosion in communication technologies-computers, satellites, tape, disc, micropocessors, and new telephone and radio service-are perceptibly changing the nature of our human environtment*”. Bentuk-bentuk media baru kebanyakan audio dan visual telah mempengaruhi sistem sosial, ekonomi, politik, pendidikan, serta keagamaan.

Sebagai agama dakwah, Islam mewajibkan umatnya untuk melakukan internalisasi, difusi, transmisi, dan aktualisasi syari'at melalui berbagai media. Sebab, dakwah dapat dipahami sebagai segala aktivitas dan mengajak orang untuk berubah dari suatu situasi yang mengandung nilai bukan islami kepada nilai yang islami (Kusnawan, dkk., 2009:16). Sebagaimana pengertian dakwah merupakan serangkaian kegiatan yang amat kompleks di dalamnya, yang disebabkan ruang lingkup yang teramat luas. Di samping juga tantangan dakwah yang semakin berat dengan persoalan-persoalan kekinian yang dialami manusia. Dakwah Islam harus tetap eksis di tengah problematika umat manusia. Pemahaman hakekat dakwah itu sendiri baik dari segi makna, dan praktik yang seharusnya, bukan hanya sebuah kewajiban namun telah menjadi kebutuhan manusia itu sendiri.

Begitu pula yang dirumuskan Madjid (1999:97):

Dakwah yang berkembang di tengah masyarakat cenderung mengarah kepada *nahyi munkar*, yakni tekanan-tekanan untuk melawan (*fight againts*-perjuangan reaktif), dan kurang *amar ma'ruf*-nya, yang mengajak kepada kebaikan, kebersamaan, suatu cita-cita (*fight for*-perjuangan proaktif).

Pada hakekatnya dari segi praktis, pelaksanaan dakwah harus dilakukan dengan cara-cara yang *ma'ruf*, menarik, penuh kesadaran, dan tidak boleh dilakukan dengan pemaksaan, baik dalam arti mobilitas lahiriyah maupun pemaksaan dalam arti penekanan batiniyah, yaitu berupa melemahkan kesadaran sehingga seseorang menerima dakwah secara dipaksakan karena ada unsur kekuatan lain, bukan karena kebenaran dakwah itu sendiri.

Dalam suatu proses dakwah, seorang juru dakwah (*da'i*) dapat menggunakan berbagai sarana atau media. Salah satu unsur keberhasilan dalam

berdakwah adalah kepandaian seorang *da'i* dalam menyenangkan hati *mad'u* dengan memilih dan menggunakan sarana atau media yang ada sehingga *mad'u* dengan suka rela dan senang hati melaksanakannya.

Selanjutnya, Ghazali (1997:33) menyatakan bahwa:

Dakwah sebagai suatu kegiatan komunikasi keagamaan dihadapkan kepada perkembangan dan kemajuan teknologi komunikasi yang semakin canggih, memerlukan suatu adaptasi terhadap kemajuan itu. Artinya dakwah dituntut untuk dikemas dengan terapan media komunikasi sesuai dengan aneka *mad'u* (komunikasikan) yang dihadapi.

Untuk mencapai efek atau keberhasilan dalam berdakwah sehingga *da'i* menyeru dengan yang *ma'ruf* dan tidak mengandung unsur paksaan. Dakwah dihadapkan pada canggihnya perkembangan dan kemajuan teknologi komunikasi, maka dakwah dituntut untuk dikemas dengan terapan media komunikasi sesuai dengan aneka *mad'u* (komunikasikan) yang dihadapi. Mengingat dakwah merupakan proses komunikasi untuk mencapai tujuan akhir, baik dakwah maupun komunikasi tentu membutuhkan media sebagai penyalur pesan atau informasi.

Media dakwah sebagai sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi dakwah, menjadikan media komunikasi sebagai sarana pendukung pelancar proses dakwah itu sendiri. Dakwah sebagai bentuk aktivitas komunikasi menjadikan media komunikasi sebagai media yang dilakukan untuk menyampaikan pesan dakwah.

Keanekaragaman media dakwah seperti, media cetak (koran, majalah, buletin, dan tabloid), media audio (radio dan lagu), media visual (foto, gambar/ilustrasi, sketsa/gambar garis, grafik, bagan, dan *chart*). Namun, dalam penelitian ini peneliti memilih media audio-visual gambar animasi shalat sebagai

media dakwah. Penggunaan media dakwah audio-visual menggunakan software tertentu seperti yang penulis teliti menggunakan *Adobe Flash Professional CS 5*, dapat merekam dan mendokumentasikan informasi dakwah yang ingin disampaikan ustadz/ustadzah sebagai *da'i* (komunikator) dan mengulanginya kembali sekehendak anak sebagai *mad'u* (komunikasikan) atau sebagaimana yang dibutuhkan

Begitu pula hubungan media dakwah dengan konteks *mad'u* anak-anak yang menyenangkan dunia audio-visual untuk mengasah imajinasinya sehingga bukan hanya senang, namun juga anak menjadi paham dan lebih cerdas. Media audio visual dalam ilmu dakwah merupakan salah satu media dakwah yang masuk ke dalam ranah *i'lam* (penyiaran). "Audio visual adalah media instruksional modern yang sesuai dengan perkembangan zaman (kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi), meliputi media yang dapat dilihat dan didengar" (Rohani, 1997:97- 98).

Media audio-visual salah satunya gambar animasi seperti film kartun, sangatlah digemari oleh anak-anak. Sebagaimana sifat audio-visual yang bukan hanya dapat diperdengarkan suaranya namun juga dapat dilihat secara visual. Dengan demikian, animasi tersebut akan sangat diminati dan mudah dipahami khususnya oleh anak-anak yang lebih senang meniru apa yang di lihat dan didengarnya. Maka terjadilah hubungan antara media audio-visual gambar animasi dengan peningkatan kemampuan shalat anak.

Aristoteles berpendapat bahwa pada waktu lahir jiwa manusia tidak memiliki apa-apa, sebuah meja lilin (*tabula rasa*) yang siap dilukis oleh pengalaman (Aristoteles & Locke dalam Rakhmat 2008:21).

Dakwah yang selama ini dilakukan dengan pendekatan ceramah dan tabligh atau komunikasi satu arah (*one way communication*), dengan tanpa mengecilkan peran pendekatan ini, media dakwah klasik sudah saatnya ditingkatkan dengan menggunakan pendekatan-pendekatan media sebagai strategi dakwah yang substantif (mengena pada jantung persoalan), objektif (langsung terhadap objeknya baik materi maupun *mad'u* yang dihadapi), efektif (mempertimbangkan ruang dan waktu), aktual (mengikuti perkembangan arah dan orientasi budaya masyarakat) dan faktual (berdasarkan pada fakta-fakta empirik) agar mengarah pada dakwah yang selalu membimbing manusia pada arah yang baik dan benar.

Sementara itu, di Taman Pendidikan Al-Quran (TPA) Istigfarlah Kecamatan Sumedang Selatan Kabupaten Sumedang, dalam mengajarkan shalat pada santrinya ustad/ustadzah belum menggunakan media audio-visual gambar animasi shalat. Sehingga, banyak anak yang mungkin mengalami kesulitan memahami materi yang disampaikan terutama dalam memahami tatacara shalat yang baik dan benar. Sebelum mendapatkan materi menggunakan media audio-visual gambar animasi, santriwan/santriwati memiliki kemampuan dasar shalat hanya saja belum dilaksanakan secara baik dan benar. Sehingga diharapkan setelah menerima materi tuntunan shalat dalam bentuk animasi, kemampuan shalat santriwan/santriwati dapat meningkat.

Sebagaimana yang telah diketahui bahwa melaksanakan shalat merupakan sebuah kewajiban bagi setiap muslim, serta cara mengajarkan dan menanamkan kesadaran untuk melaksanakan shalat sangat tepat apabila ditanamkan sejak dini, sejak belajar mengaji di Pendidikan Al-Quran (TPA). Sebab, dalam penelitian ini peneliti meneliti santriwan/santriwati Pendidikan Al-Quran (TPA) Istighfarlah dengan kisaran usia 7-10 tahun (kelas I-IV) Sekolah Dasar. Kelak, saat dewasa dan *baligh* saat kewajiban untuk shalat tiba padanya anak tidak harus susah payah lagi mempelajarinya, cukup mengaplikasikan dan mengamalkan apa yang telah dipahaminya.

Berdasarkan fenomena di atas, penelitian ini berupaya untuk meneliti efek penerapan media dakwah audio-visual dalam bentuk film animasi shalat yang dalam penelitian ini peneliti menggunakan *software Adobe Flash Professional CS5* pada anak. Seraya hendak meneliti lebih lanjut tingkat keakuratan terpaan pesan komunikasi bahwa media audio-visual sebagai media yang efektif untuk menyampaikan pesan dengan menyenangkan, serta berdampak atau menghasilkan efek yang positif pada perubahan perilaku shalat anak ataupun lebih lanjutnya dalam kehidupan sehari-hari.

Permasalahan tersebut dapat dirumuskan dalam sebuah penelitian yang berjudul **“Efek Media Dakwah Audio Visual Gambar Animasi Shalat Terhadap Peningkatan Kemampuan Shalat Anak (Studi Eksperimen di Taman Pendidikan Al-Quran Istigfarlah Sumedang)”**.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana media audio-visual gambar animasi shalat sebagai media dakwah?
2. Bagaimana kemampuan shalat anak TPA Istighfarlah Sumedang sebelum dan setelah menggunakan media audio-visual gambar animasi shalat?
3. Bagaimana efek media dakwah audio-visual gambar animasi shalat terhadap peningkatan kemampuan shalat anak TPA Istighfarlah Sumedang?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui media audio-visual gambar animasi shalat sebagai media dakwah.
2. Untuk mengetahui kemampuan shalat anak TPA Istighfarlah Sumedang sebelum dan setelah menggunakan media audio-visual gambar animasi shalat.
3. Untuk mengetahui efek media dakwah audio-visual gambar animasi shalat terhadap peningkatan kemampuan shalat anak di TPA Istighfarlah Sumedang.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

1. Secara Teoretis, penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan pengetahuan ilmiah dibidang dakwah *i''lam* (penyiaran) melalui media gambar animasi, khususnya dalam menganalisis efek dakwah menggunakan audio-visual dalam kegiatan penyiaran melalui media. Hal demikian merupakan salah satu titik kecil yang menggambarkan keseluruhan unsur dalam kegiatan penyiaran melalui audio-visual.
2. Secara Praktis, hasil penelitian ini diharapkan menarik minat peneliti lain, khususnya di kalangan mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam, untuk mengembangkan penelitian lanjutan tentang masalah yang sama atau serupa. Dari hasil-hasil penelitian tersebut dapat dilakukan generalisasi yang lebih komprehensif. Apabila hal tersebut dapat ditempuh, maka diharapkan dapat memberikan sumbangan yang cukup berarti bagi pengembangan pengetahuan ilmiah dalam ranah *i''lam* atau penyiaran khususnya dan dakwah Islamiah pada umumnya.

E. Kerangka Penelitian

Dakwah sebagai suatu kegiatan komunikasi keagamaan dihadapkan kepada perkembangan dan kemajuan teknologi komunikasi yang semakin canggih, memerlukan suatu adaptasi terhadap kemajuan tersebut. Artinya dakwah dituntut untuk dikemas dengan terapan media komunikasi sesuai dengan aneka *mad''u* (komunikasikan) yang dihadapi, sehingga proses *dakwah* (komunikasi)

tersebut dapat berlangsung baik dan harmonis antara media dengan komunikan yang dihadapi.

Media dakwah sebagai segala sesuatu yang berupa alat, perantara, dan sarana yang digunakan dalam kegiatan dakwah yang menjadi penunjang dalam kelangsungan proses penyampaian pesan dari komunikator (*da''i*) kepada komunikan (*mad''u*) secara efektif.

Sebuah komunikasi dikatakan efektif apabila pertemuan komunikasi merupakan hal yang menyenangkan bagi komunikan. Suatu usaha atau kegiatan dapat dikatakan efektif apabila usaha atau kegiatan tersebut telah mencapai tujuannya. Artinya, pencapaian hal yang dimaksud merupakan pencapaian tujuan dilakukannya tindakan-tindakan untuk mencapai hal tersebut. Sebagaimana yang diungkapkan Barnard dalam Prawirosoentono (1997:27), berpendapat "*Accordingly, we shall say that an action is effective if it specific objective aim. It is efficient if it satisfies the motives of the aim, whatever it is effective or not.*" (suatu kegiatan dikatakan efektif apabila telah mencapai tujuan yang ditentukan).

Efek komunikasi dalam menggunakan media dakwah audio-visual, menampilkan pesan dengan salah satu aspek kepribadian anak dalam bentuk gambar animasi dan komunikan dalam penelitian ini pun sebagai anak-anak membalasnya dengan salah satu aspek kepribadian sebagai anak-anak pula. Sebagaimana karakteristik gambar animasi identik dengan karakter anak-anak yaitu mengandung potensi intuisi, spontanitas, kreativitas, dan kesenangan. Sebab anak adalah unsur kepribadian yang diambil dari perasaan dan pengalaman anak-anak dan mengandung potensi intuisi, spontanitas, kreativitas, dan kesenangan.

Selain itu pula, media audio-visual sebagai bagian dari media massa yang menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. Gambar *audio-visual* ini penyampaian pesannya dapat diterima oleh indera pendengaran dan indera pengelihatan, akan tetapi gambar yang dihasilkannya adalah gambar diam atau sedikit memiliki unsur gerak (animasi gambar bergerak).

Efek komunikasi sebagai hasil yang dapat dicapai oleh komunikasi yang dilaksanakan melalui media. Robert dalam Ardianto, dkk. (2007:49) mengungkapkan, ada yang beranggapan bahwa “efek hanyalah perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa”. Dalam proses komunikasi, efek komunikasi dapat menerpa seseorang baik secara langsung atau tidak langsung. Oleh karena itu, Stamm dalam Ardianto, dkk. (2007:50) menyatakan bahwa “efek komunikasi massa terdiri atas *primary effect* dan *secondary effect*”.

Menurut Chafee dalam dalam Ardianto, dkk. (2007:50) efek media massa dapat dilihat tiga pendekatan:

Pendekatan Pertama, adalah efek dari media massa yang berkaitan dengan pesan atau media massa itu sendiri. *Pendekatan Kedua*, adalah dengan melihat jenis perubahan yang terjadi pada diri khalayak komunikasi massa yang berupa perubahan sikap, perasaan, dan perilaku atau dengan istilah lain dikenal sebagai perubahan yang terjadi pada diri khalayak komunikasi massa yang berupa perubahan sikap, perasaan dan perilaku atau dengan istilah lain dikenal sebagai perubahan *kognitif*, *afektif*, dan *behavioral*. *Pendekatan Ketiga* yaitu observasi terhadap khalayak (individu, kelompok, organisasi, masyarakat atau bangsa) yang dikenai efek komunikasi massa.

Sebagaimana pengertian *Adobe Flash Professional CS 5* yang dikemukakan Chandra (2011 : 2) :

“*Adobe Flash Professional CS5* atau lebih dikenal dengan *Flash CS5* adalah salah satu program unggulan dari *Adobe Systems* yang khusus digunakan untuk membuat animasi gambar vektor. Animasi yang dihasilkan menggunakan file extension.swf dan dapat dijalankan di web browser yang telah ter-install *Adobe Flash Player*. *Flash CS5* telah menjadi standar program pembuatan animasi seperti membangun situs web, membuat *movie*, animasi logo, game, *banner*, menu interaktif, e-card sampai pengembangan aplikasi untuk *mobile* untuk *smartphone* dan komputer tablet.

Khususnya film animasi, merupakan sebuah media dari lingkup komunikasi massa yang menyampaikan pesan secara menyeluruh dan bersamaan, dalam penelitian ini pesan yang disampaikan ialah pesan dakwah (tuntunan shalat) bagi anak-anak. Ashley Montagu dalam Rakhmat (2008:12), mengatakan bahwa anak kecil hanyalah seonggok daging sampai belajar mengungkapkan perasaan, kebutuhannya melalui tangisan, tendangan, dan senyuman. Namun setelah menonton film sehingga menimbulkan perhatian, pemahaman, serta perubahan perilaku diharapkan tujuan shalat dapat menjadi kepribadian anak, seperti anak menjadi anak yang disiplin, terbiasa untuk hidup bersih, teratur dan sehat.

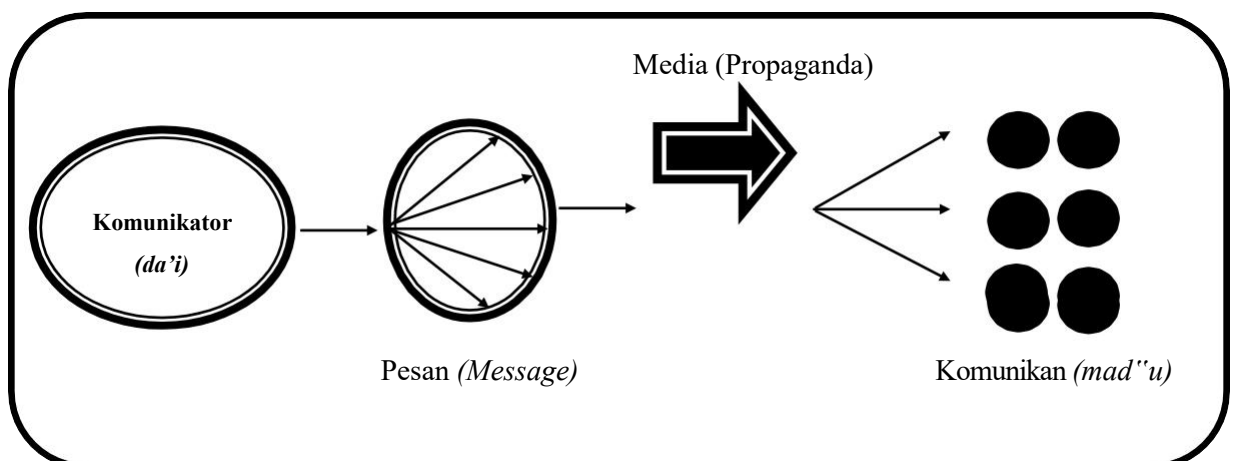
Kepribadian, terbentuk sepanjang hidup. Menurut aliran psikologi komunikasi behaviorisme menyatakan bahwa, seluruh perilaku manusia kecuali instink adalah hasil belajar. Sebab Aristoteles berpendapat bahwa pada waktu lahir manusia tidak memiliki apa-apa, sebuah meja lilin (*tabula rasa*) yang siap dilukis dengan pengalaman. Anak seringkali melakukan peniruan (*imitation*), yakni sebuah kemampuan untuk meniru respons dan gerak-gerik orang lain yang

dilihatnya, demikian dengan adanya media audio visual animasi yang dalam hal ini peneliti menggunakan *software Adobe Flash Professional CS5*.

Media dakwah audio-visual menggunakan gambar animasi, merupakan sebuah media dakwah interaktif yang membutuhkan kreativitas, sehingga sang anak benar-benar menikmati serta kreativitasnya terasah. Media tersebut sebagai alat yang diharapkan mampu mengarahkan anak sehingga anak dapat melafalkan bacaan serta melakukan gerakan-gerakan shalat dengan baik dan benar.

Sebagaimana teori komunikasi Jarum Hipodermik (*Hypodermic Needle Theory*) atau teori peluru yang mengasumsikan bahwa media memiliki kekuatan yang sangat perkasa, dan komunikasi dianggap pasif atau tidak tahu apa-apa. Seorang komunikator dapat menembakkan peluru komunikasi yang begitu ajaib kepada khalayak yang tidak berdaya (pasif). Selain itu pula, sebuah komunikasi dikatakan efektif apabila pesan komunikasinya sampai kepada komunikan (*mad'u*).

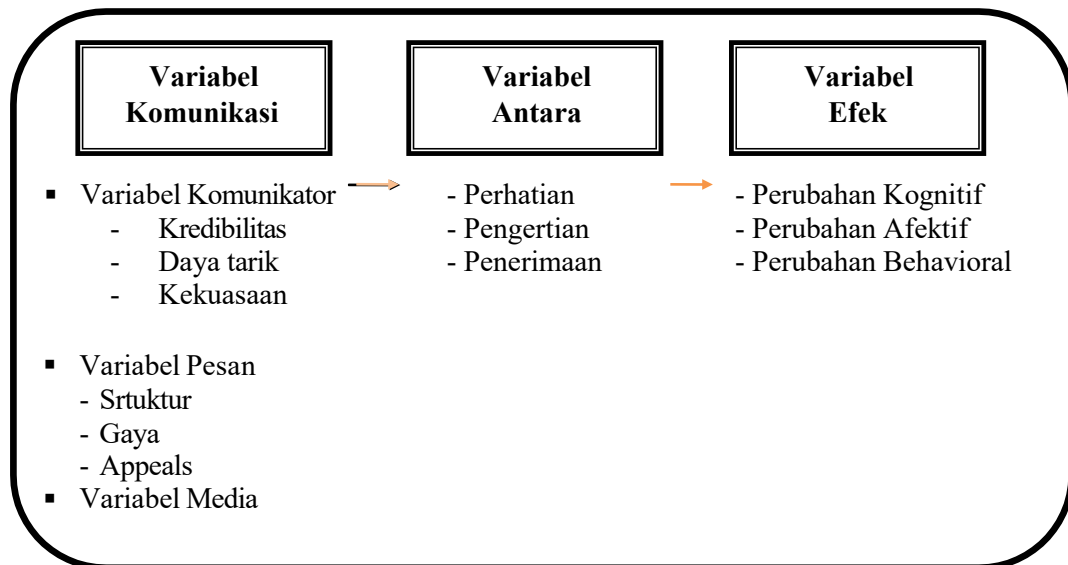
Berikut ini gambaran model komunikasi Jarum Hipodermik menurut pemahaman penulis :



Gambar 1.1

Model Komunikasi Jarum Hipodermik

Lebih jauh Rachmat (2009:62) menggambarkan model Jarum Hipodermik sebagai berikut:



Gambar 1.2

Model Komunikasi Jarum Hipodermik menurut Jalaluddin Rachmat

Sumber : Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2009, hlm. 62.

Model Jarum Hipodermik memiliki asumsi bahwa komponen-komponen komunikasi (komunikator, pesan, media) amat perkasa dalam mempengaruhi komunikasi. Disebut model Jarum Hipodermik karena dalam model ini dikesankan seakan-akan komunikasi “disuntikan” langsung ke dalam jiwa komunikan. Sebagaimana obat disimpan kemudian disebarkan dan disimpan dalam tubuh sehingga terjadi perubahan dalam sistem fisik, begitu pula pesan-pesan persuasif mengubah sistem psikologis. Model ini sering juga disebut “*bullet theory*” (teori peluru) karena komunikan dianggap secara pasif menerima berondongan pesan-pesan komunikasi. Bila menggunakan komunikator yang tepat, pesan yang baik, atau media yang benar, komunikan dapat diarahkan

sekehendak komunikator. Karena, behaviorisme sangat mempengaruhi model ini, DeFleur menyebutnya sebagai “*the machanistic S-R teory*”

Stimulus Response Theory atau *S-R theory*. Model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi. Artinya model ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu.

Menurut DeFleur dalam Rakhmat (2009:62), “*instinctive S-R theory*” (media menyajikan stimuli perkasa yang secara umum diperhatikan oleh massa. Model inilah yang kemudian mempengaruhi suatu teori klasik komunikasi yaitu *Hypodermic Needle* atau teori jarum suntik, *Bullet Theory* “teori peluru”. Neumann dalam Rakhmat (2009:62) mengemukakan, *the Concept of Powerfull Mass Media* “konsep keperkasaan media massa”.

Variabel komunikator ditunjukkan dengan kredibilitas, daya tarik, dan kekuasaan. Kredibilitas terdiri dari dua unsur: keahlian dan kejujuran. Keahlian diukur dengan sejauh mana komunikan menganggap komunikator mengetahui jawaban yang “benar”, sedangkan kejujuran dioperasionalkan sebagai persepsi komunikan tentang sejauh mana komunikator bersikap tidak memihak dalam menyampaikan pesannya. *Daya tarik* diukur dengan kesamaan, familiaritas dan kesukaan. Kekuasaan (*power*) dioperasionalkan dengan tanggapan komunikan tentang kemampuan komunikator untuk menghukum atau memberi ganjaran (*perceived control*), kemampuan untuk memperhatikan apakah komunikan tunduk atau tidak (*perceived concern*), dan kemampuan untuk meneliti apakah komunikan tunduk atau tidak (*perceived scrutiny*). Dalam hal ini

komunikatornya ialah ustadz/ ustadzah yang mengajar di TPA Istighfarlah, dengan mengajar menggunakan media dakwah audio-visual.

Variabel pesan terdiri dari struktur pesan, gaya pesan *appeals* pesan. *Struktur pesan* ditunjukkan dengan pola penyimpulan (tersirat atau tersurat), pola urutan argumentasi (mana yang lebih dahulu, argumen yang disenangi atau argumen yang tidak disenangi), pola objektivitas (satu sisi atau dua sisi). *Gaya pesan* menunjukkan variasi linguistik dalam penampaian pesan (perulangan, kemudahdimengertian, perbendaharaan kata). *Appeals pesan* mengacu pada motif-motif psikologis yang dikandung pesan (*rasional-emosional, fear appeals, reward appeals*). Dalam penelitian ini pesan berupa pesan secara tersurat bacaan-bacaan shalat dilafalkan dan ditulis dalam bentuk tulisan di bawah gambar animasi tersebut, adapun pesan tersiratnya ialah shalat merupakan kewajiban bagi setiap muslim, dan sebagai tiang agama, namun selalu ada setan yang mengganggu manusia untuk beribadah kepada Allah. Serta pesan disampaikan secara mudah, tidak rumit, serta media dakwah gambar animasi tersebut di putar berulang-ulang agar pesannya sampai dan membekas pada anak-anak.

Variabel media merupakan media dakwah audio-visual gambar animasi dalam penelitian ini penulis menggunakan *software Adobe Flash Professional CS5*. Variabel antara ditunjukkan dengan perhatian (oleh McGuire disebut *receptivity factor*, 1968) serta penerimaan (diurai ke dalam *yielding, retention, dan action*). Dalam penelitian ini perhatian diukur dengan sejauh mana komunikasi anak TPA Istighfarlah *menyadari adanya* pesan dakwah gambar animasi shalat, pengertian diukur dengan sejauh mana komunikasi anak TPA

Istighfarlah *memahami* pesan dakwah gambar animasi dalam bentuk bacaan dan gerakan-gerakan shalat; penerimaan dibatasi pada sejauh mana komunikan TPA Istighfarlah *menyetujui gagasan* dakwah yaitu bacaan dan gerakan-gerakan shalat dalam bentuk gambar animasi.

Variabel efek diukur pada segi kognitif (perubahan pendapat) bahwa belajar shalat itu menyenangkan dan mudah, (penambahan pengetahuan) mengenai bacaan dan gerakan-gerakan shalat yang benar, (perubahan kepercayaan) percaya bahwa shalat merupakan sebuah kewajiban bagi setiap muslim serta sebagai tiang agama. Segi afektif (sikap, kesukaan, dan perasaan) anak tidak lagi merasa enggan atau bahkan takut untuk belajar dan melaksanakan shalat namun sebaliknya, merasa senang mempelajari shalat dan kemudian melaksanakan shalat lima waktu. Segi behavioral (perilaku atau kecenderungan berperilaku) anak menjadi ta'at dan patuh melaksanakan kewajiban shalat tepat waktu, anak tertib dan tumaninah dalam melaksanakan shalat (tidak melakukan gerakan di luar gerakan shalat) serta berpengaruh pula pada sikap dalam pergaulannya sehari-hari menjadi berpakaian rapi, dan disiplin dalam melaksanakan shalat.

Mengutip pendapat Hovland, Janis dan Kelley dalam Effendy (2003:255) yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap ada tiga variabel penting yaitu :

- (a) perhatian,
- (b) pengertian, dan
- (c) penerimaan.

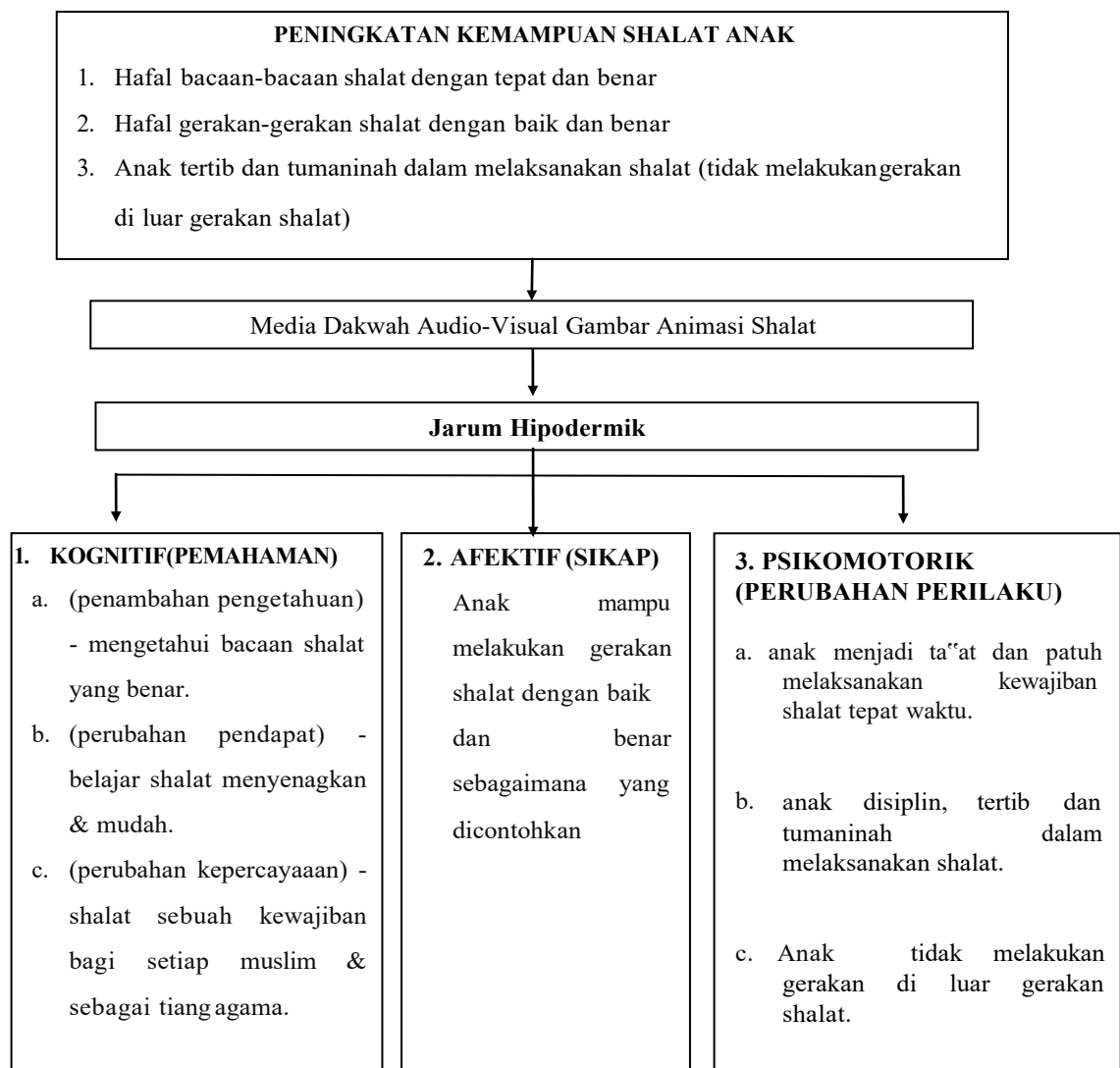
Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang

melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikasi mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesiapan untuk mengubah sikap.

Secara umum penjelasan di atas disajikan dalam skema berikut :

Diagram 1.1

Kerangka Berpikir Penelitian



F. Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis dalam penelitian ini ialah sebagai berikut :

$H_0 : \beta$: Media dakwah audio visual gambar animasi shalat *tidak memiliki efek* yang signifikan terhadap peningkatan kemampuan shalat anak.

$H_1 : \beta$: Media dakwah audio visual gambar animasi shalat *memiliki efek* yang signifikan terhadap peningkatan kemampuan shalat anak.

G. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Peneliti mengambil lokasi penelitian di TPA Istigfarlah yang terletak di Dusun Kareumbi Desa Margalaksana Kecamatan Sumedang Selatan Kabupaten Sumedang sebab peneliti merupakan salah satu alumni TPA tersebut, serta peneliti ingin meningkatkan hasil pemahaman keagamaan santriwan/santriwati khususnya dalam pemahaman shalat sebagai ibadah pokok dan ibadah wajib setiap Muslim.

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi ekperimental, ialah “penelitian berusaha mencari pengaruh variabel tertentu terhadap variabel lain yang terkontrol secara tepat” (Kuswana, 2011:40). Penelitian ini ditujukan untuk meneliti hubungan sebab-akibat dengan memanipulasikan satu atau lebih variabel pada satu (atau lebih) kelompok eksperimental, dan membandingkan hasilnya dengan kelompok kontrol yang tidak mengalami

manipulasi. Manipulasi berarti mengubah secara sistematis sifat-sifat (nilai-nilai) variabel bebas. Setelah dimanipulasikan, variabel bebas itu biasanya disebut garapan.

Untuk meneliti efek media dakwah audio-visual gambar animasi shalat khususnya dalam penelitian ini peneliti menggunakan *Software Adobe Flash Professional CS5*. Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengelompokan 31 sampel anak dari 100 populasi berdasarkan kemampuan shalat, dan menjadikan satu kelompok uji untuk dua kali pengujian. Desain studi ekperimental yang digunakan ialah Desain Kelompok Statis Prauji-Pascauji (*Before-After Statistik Group Comparism Design*). Desain ini digunakan untuk mendapatkan kelompok kontrol. Dengan desain ini peneliti dapat memperkirakan evaluasi kelompok dan mempunyai peluang untuk memperbaiki perbedaan yang telah timbul sebelum garapan.

Pada kelompok ini dilakukan dua kali pengujian pada kelompok yang sama untuk memperoleh kelompok kontrol. Pengujian yang pertama dilakukan sebelum anak mendapatkan mengajarkan shalat dengan menggunakan media dakwah audio-visual gambar animasi shalat (kelompok kontrol). Sedangkan, pengujian yang kedua dilakukan setelah anak mendapat pengajaran shalat menggunakan media dakwah audio-visual gambar animasi shalat (kelompok eksperimen).

Eksperimen diukur dengan membandingkan perbedaan diantara O_b (sebelum) pada kelompok kontrol, lalu menggunakannya untuk mengoreksi kelompok eksperimental dan O_s (sesudah). Analisis statistik, analisisnya seperti

desain kelompok statis. Rata-rata skor sebelum dan sesudah garapan pada kelompok dapat diukur dan dicari selisihnya ($O_s - O_b$).

Variabel bebas dalam penelitian ini ialah media dakwah audio-visual melalui gambar animasi shalat, sedangkan variabel terikatnya adalah peningkatan kemampuan shalat anak. Untuk mengetahui efek media dakwah audio-visual melalui gambar animasi shalat (variabel bebas) terhadap peningkatan kemampuan shalat anak (variabel terikat).

3. Sumber dan Jenis Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek tempat data diperoleh (Kuswana, 2011:129). Sumber data dapat berupa orang, buku, dokumen, gerak atau proses sesuatu, majalah, dan lain sebagainya.

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a) Sumber data primer, ialah santri TPA Istigfarlah sebagai sumber untuk memperoleh data penelitian yang dibutuhkan.
- b) Sumber data sekunder, terdiri dari bahan kepustakaan yakni buku-buku, catatan-catatan, dokumen-dokumen dan bahkan majalah yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti.

4. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Sugiyono (2011:61) mengatakan bahwa populasi ialah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek/objek yang mempunyai kualitas dan

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Arikunto (2006:130) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Atas dasar kedua pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa populasi adalah keseluruhan objek atau subjek dengan karakteristik tertentu yang dapat ditetapkan sebagai wilayah generalisasi hasil penelitian. Dalam Penelitian ini yang menjadi populasi ialah santri TPA Istigfarlah usia 7-10 tahun dengan jumlah santri 100 orang yang terdiri dari 47 santiwan dan 53 santriwati.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar dan peneliti tidak sanggup mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat mengambil sampel yang diambil dari populasi tersebut. Untuk itu sampel yang diambil harus benar-benar mewakili dalam menentukan sampel yang akan diambil dalam penelitian ini (Sugiyono, 2009:62). Karena populasi penelitiannya berjumlah 100 anak, dalam menentukan sampel yang akan diambil dalam penelitian ini, peneliti mengambil rumus seperti yang dikemukakan oleh Taro Yamare atau Slovin (Rakhmat, 2009:82), yaitu :

$$n = \frac{N}{()}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel Minimal

N = Ukuran Populasi (dalam hal ini N=100)

d² = Presisi (ditetapkan 15% dengan tingkat kepercayaan 90%)

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

$$n = \frac{100 \cdot (0,15)^2}{()}$$

$$= \frac{100 \cdot 0,0225}{()}$$

$$= \frac{2,25}{()}$$

$$= \frac{2,25}{0,0725}$$

$$= 30,76 = 31$$

Uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Tabel 1.1
Daftar Sampel Penelitian Berdasarkan Kemampuan Shalat

Sebelum (Before)

Setelah (After)

No	NAMA	L/P	Kelas	No	NAMA	L/P	Kelas
1	Yulyani	P	4 TPA	1	Yulyani	P	4 TPA
2	Santi	P	2 TPA	2	Santi	P	2 TPA
3	Widiani	P	2 TPA	3	Widiani	P	2 TPA
4	Restu Galuh Rogan Habiebie	L	2 TPA	4	Restu Galuh Rogan Habiebie	L	2 TPA
5	Jajang Ramdani	L	3 TPA	5	Jajang Ramdani	L	3 TPA
6	Ramdani Saepuloh	L	1 TPA	6	Ramdani Saepuloh	L	1 TPA
7	Yuyu Wahyudin	L	3 TPA	7	Yuyu Wahyudin	L	3 TPA
8	Fiqri Setiawan	L	2 TPA	8	Fiqri Setiawan	L	2 TPA
9	Rizki Maulana	L	3 TPA	9	Rizki Maulana	L	3 TPA
10	Agus Nursodik	L	3 TPA	10	Agus Nursodik	L	3 TPA
11	Yayang. K	P	2 TPA	11	Yayang. K	P	2 TPA
12	Ai Susilawati	P	4 TPA	12	Ai Susilawati	P	4 TPA
13	Diki Sidik Pirmansyah	L	2 TPA	13	Diki Sidik Pirmansyah	L	2 TPA
14	Sindi	P	1 TPA	14	Sindi	P	1 TPA
15	Shinta Natania	P	2 TPA	15	Shinta Natania	P	2 TPA
16	Resa Suherman	P	1 TPA	16	Resa Suherman	P	1 TPA
17	Eli Dahlia	P	1 TPA	17	Eli Dahlia	P	1 TPA
18	Neng Eka Nurhasanah	P	3 TPA	18	Neng Eka Nurhasanah	P	3 TPA
19	Cecep Suriyadi	L	1 TPA	19	Cecep Suriyadi	L	1 TPA
20	Dewi	P	3 TPA	20	Dewi	P	3 TPA
21	Sinta	P	1 TPA	21	Sinta	P	1 TPA
22	Anisa	P	1 TPA	22	Anisa	P	1 TPA
23	Vina Fitriyani	P	2 TPA	23	Vina Fitriyani	P	2 TPA
24	Aneu Sintia	P	2 TPA	24	Aneu Sintia	P	2 TPA
25	Reni Anggraeni	P	1 TPA	25	Reni Anggraeni	P	1 TPA
26	Hilda Pasya	P	1 TPA	26	Hilda Pasya	P	1 TPA
27	Muhamad Boehaki	L	3 TPA	27	Muhamad Boehaki	L	3 TPA
28	Kusnadi	L	1 TPA	28	Kusnadi	L	1 TPA
29	Ramlan	L	1 TPA	29	Ramlan	L	1 TPA
30	Erni Yuliani	P	4 TPA	30	Erni Yuliani	P	4 TPA
31	Nuranisa	P	4 TPA	31	Nuranisa	P	4 TPA

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik sebagai berikut :

a. Observasi (Pengamatan)

Observasi adalah pengamatan, meliputi kegiatan pemutaran perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra (Arikunto, 2010:119).

Pengamatan ini bertujuan untuk mengetahui kondisi objektif TPA Istigfarlah, efektivitas media dakwah audio visual dan kemampuan shalat anak. Pengamatan yang dilakukan adalah pengamatan secara terbuka dengan mempertontonkan media audio visual gambar animasi tuntunan shalat dari tanggal 18 Oktober sampai 20 Desember 2012.

b. Angket

Angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang diketahui (Arikunto, 2010:194). Penyebaran angket dalam penelitian ini ditujukan pada anak santri TPA Istigfarlah. Dengan memberikan sejumlah pertanyaan melalui angket yang disebarakan dapat mengetahui peningkatan kemampuan shalat anak sebelum dan setelah menggunakan media audio-visual gambar animasi shalat.

Tabel 1.2
ASPEK PENILAIAN KEMAMPUAN SHALAT ANAK

No	Aspek Kemampuan Shalat yang Dinilai	Skor Nilai			
		1	2	3	4
1	Adik-adik mendapat pembelajaran shalat lebih dari satu kali dalam setiap minggunya				
2	Dalam setiap pembelajaran shalat, adik-adik mendapat tugas menghafal bacaan-bacaan shalat				
3	Dalam setiap pembelajaran shalat, adik-adik diberikan contoh gerakan shalat yang baik dan benar				
4	Pembelajaran shalat sangat menyenangkan, mudah diikuti dan dilaksanakan				
5	Adik-adik mengetahui dan menguasai bacaan dan gerakan shalat dengan baik dan benar				
6	Shalat merupakan sebuah kewajiban bagi setiap muslim, sebagai tiang agama, dan tidak boleh ditinggalkan				
7	Adik-adik selalu mengerjakan shalat lima waktu setiap hari				
8	Adik-adik berdisiplin melaksanakan shalat lima waktu (Isya, Subuh, Dzuhur, Ashar, Maghrib)				
9	Adik-adik melaksanakan shalat dengan tartib (sesuai urutan yang tepat dimulai dengan niat dan takbiratul ikhram serta diakhiri dengan salam), dan tuannya				
10	Adik-adik berdisiplin dalam melaksanakan shalat (seperti; tidak melirik kiri dan kanan, tidak melakukan gerakan di luar gerakan shalat				

Keterangan :

Sangat Setuju (SST) : 4

Ragu-Ragu (RR) : 2

Setuju (S) : 3

Tidak Setuju : 1

c. Dokumentasi

Penggunaan literatur melalui dokumentasi dalam penelitian ini dijadikan sebagai landasan teoritik (data sekunder) yang bertujuan sebagai berikut :

1. Untuk memperdalam pengetahuan mengenai masalah yang diteliti.
2. Untuk menegaskan kerangka teoritik yang dijadikan landasan berpikir.
3. Untuk mempertajam konsep-konsep hasil penelitian dengan teori yang berhubungan dengan efektivitas media dakwah audio visual terhadap kemampuan shalat anak santri TPA Istigfarlah.

6. Analisis Data

Setelah data terkumpul dengan lengkap, untuk memperoleh kesimpulan yang valid, selanjutnya data tersebut diolah, dianalisis dan diinterpretasikan dengan menggunakan statistik atau tabulasi sehingga didapatkan presentase. Adapun langkah-langkah pengolahan dan analisis data kuantitatif adalah sebagai berikut :

- a. Memeriksa jumlah soal yang dikembalikan oleh responden
- b. Memeriksa kelengkapan soal yang dikembalikan responden, misalnya memeriksa kelengkapan jawaban responden
- c. Memberikan skor pada setiap jawaban soal : SST = 4, ST = 3, RR = 2, TS = 1.
- d. Menjumlahkan skor dari setiap item jawaban antar variabel X dan variabel Y untuk memperoleh presentase dari setiap item jawaban responden, dengan rumus:

$$-100 \%$$

Keterangan :

P : Angka Presentase

N : Jawaban responden

F : Frekwensi jawaban responden

100% : Angka Konstan

- e. Mengolah data dengan uji statistika data yang akan digunakan sesuai dengan data yang ada menggunakan perhitungan ekperimental. Metode ekperimental desain kelompok Prauji-Pascauji (*Before After Static Group Comparism Design*). Rata-rata skor sebelum dan sesudah garapan pada tiap kelompok dapat diukur dan dicariselisihnya dengan rumus ($O_s - O_b$) atau penelitian sesudah, dikurangi penelitian sebelum (Rakhmat, 2009:40).
- f. Dalam pengujian T_{hitung} ini peneliti menggunakan *software* statistik *SPSS for Windows and Linux Version 20*. Adapun pengujian hipotesis dengan menggunakan T_{hitung} , terlihat pada tabel *coefficients*.



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG