

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pengajian agama merupakan salah satu bentuk kegiatan dakwah atau tabligh, karena di dalam pengajian itu sendiri tidak lepas dari usaha penyampaian ajaran-ajaran Islam dalam rangka mengajak atau membina umat manusia untuk senantiasa berada di jalan Islam, sehingga tercapai kedamaian dan kebahagiaan di dunia dan di akhirat.

Pengajian merupakan salah satu kegiatan keagamaan dalam Islam. Pengajian tidak hanya dilakukan oleh orang-orang tertentu, seperti santri dan siswa namun pengajian juga diikuti oleh bapak-bapak, ibu-ibu, remaja dan anak-anak serta untuk semua kalangan.

Pada umumnya, di dalam pengajian dibahas tentang ajaran-ajaran Islam dan penjelasannya, seperti muamalah, aqidah akhlak, tauhid dan masih banyak lagi ajaran Islam lainnya. Bagi sebagian muslim, pengajian juga merupakan kebutuhan seseorang untuk bisa mendapatkan ajaran-ajaran Islam yang baik dan benar. Sekaligus dijadikan sebagai sarana komunikasi dan sosialisasi.

Pengajian tidak hanya dilakukan umat Islam di masjid-masjid sekitar tempat tinggal, namun di tempat kerja seperti yang dilakukan oleh PT. Telekomunikasi Indonesia pun diadakan pengajian. Dakwah Islam atau pengajian di lingkungan kerja merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan rohani

karyawan, sehingga ada keseimbangan antara kebutuhan rohani dan kebutuhan jasmani para karyawan.

Pengajian rutin masjid Darul Ihsan PT. Telekomunikasi Indonesia dilaksanakan setiap hari Senin dan Kamis setelah salat dzuhur berjamaah. Waktu pengajiannya berdurasi selama satu jam. Metode yang digunakan dalam pengajian tersebut adalah ceramah.

Para penceramah atau ustad yang memberikan materi didatangkan dari dalam maupun dari luar kota Bandung dengan jumlah 23 orang penceramah, diantaranya seperti Ali Mustofa Yakub, Miftah Faridl, Ahmad Tafsir, Jalaluddin Rakhmat, dan Yusuf Muhammad. Pengajian rutin ini diikuti oleh sebagian karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia secara intensif.

Tujuan pengajian rutin yang dilaksanakan di masjid Darul Ihsan PT. Telekomunikasi Indonesia ini adalah terpenuhinya kebutuhan spiritual agama, meningkatkan pemahaman agama dan menambah wawasan para karyawannya. Selain itu, pengajian rutin ini juga bertujuan untuk membangun kesadaran beragama para jamaah karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia.

Pertanyaannya, apakah dengan pengajian yang dilaksanakan masjid Darul Ihsan PT. Telekomunikasi Indonesia berpengaruh terhadap intensifikasi salat fardu? Pertanyaan ini penting diajukan karena akan berhubungan dengan bagaimana fungsi dari pengajian terhadap perilaku keagamaan para karyawan. Salat dalam Islam dilaksanakan pada waktu yang sudah ditetapkan. Apakah penerapan waktu salat tersebut berpengaruh terhadap ketepatan para karyawan melaksanakannya. Karena berdasarkan pengamatan saya tidak selamanya orang

Islam melaksanakan salat tepat waktu juga melaksanakan tugas-tugas lainnya tepat waktu. Persoalan ini sangat penting untuk diteliti dan persoalan ini menantang saya untuk menelitinya pada jamaah masjid Darul Ihsan kompleks PT. Telekomunikasi Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, maka dapat diajukan pertanyaan berikut:

1. Bagaimana pelaksanaan pengajian rutin yang diselenggarakan masjid Darul Ihsan PT. Telekomunikasi Indonesia ?
2. Adakah pengaruh pengajian rutin di masjid Darul Ihsan PT. Telekomunikasi Indonesia terhadap jamaah untuk melaksanakan ibadah salat fardu tepat waktu?
3. Adakah pengaruh pengajian rutin di masjid Darul Ihsan PT. Telekomunikasi Indonesia terhadap jamaah untuk melaksanakan ibadah salat fardu berjamaah?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui teknik pelaksanaan pengajian rutin di masjid Darul Ihsan PT. Telekomunikasi Indonesia Jalan Japati Bandung.
2. Membuktikan pengaruh pengajian rutin di masjid Darul Ihsan PT. Telekomunikasi Indonesia terhadap jamaah untuk melaksanakan ibadah salat fardu tepat waktu.

3. Membuktikan pengaruh pengajian rutin di masjid Darul Ihsan PT. Telekomunikasi Indonesia terhadap jamaah untuk melaksanakan ibadah salat fardu berjamaah.

D. Kegunaan Penelitian

Secara teoritis, penelitian diharapkan berguna bagi pengembangan pengetahuan ilmu dakwah khususnya dibidang tabligh (komunikasi Islam). Penelitian ini juga dapat berguna untuk mengetahui bagaimana efektivitas pelaksanaan salat pada karyawan di tengah kesibukan kerja mereka, barangkali bisa menghasilkan teori tentang dakwah kepada masyarakat pekerja di Indonesia.

Secara praktis, penelitian ini dapat digunakan oleh para mubaligh, ustad, ajengan dan semua yang berkecimpung dalam pelaksanaan dakwah terutama pada masyarakat perkotaan.

E. Kerangka Berpikir

Praktik dakwah merupakan misi yang harus dilakukan oleh orang-orang yang pantas serta telah memenuhi syarat-syarat tertentu. Dakwah bukan wahana untuk melontarkan isu-isu fanatis, provokatif, serta celaan-celaan yang menimbulkan permusuhan. Dakwah bukan pula merupakan aktivitas-aktivitas yang bersifat destruktif, namun dakwah merupakan suatu wahana yang ketentuan-ketentuannya telah ditetapkan Allah (Husain M. Yusuf, 2002: 12).

Pada perkembangan ilmu dakwah, tabligh diartikan sebagai bentuk dakwah dengan cara menyampaikan atau menyebarluaskan ajaran Islam melalui

media mimbar dan media massa (baik elektronik maupun cetak), dengan sasaran orang banyak atau khalayak. Pada prinsipnya, tabligh bersifat *continue*, artinya kegiatan dakwah yang senantiasa terus menerus harus dilaksanakan dan kaum Muslimin yang memiliki kewajiban untuk terus melaksanakan tabligh sampai akhir hayat (Enjang AS, 2009:56).

Pengajian atau dakwah menempati posisi sentral dalam berjalannya suatu kelompok sosial, karena pengajian merupakan salah satu proses pentransferan (sosialisasi) nilai atau norma-norma kepada *mad'u*, agar dapat diinternalisasikan oleh *mad'u* yang nantinya dijadikan standar pedoman dan perilaku. Pengajian juga dapat meningkatkan solidaritas karyawan karena berbagai persamaan dan cita-cita kedepannya.

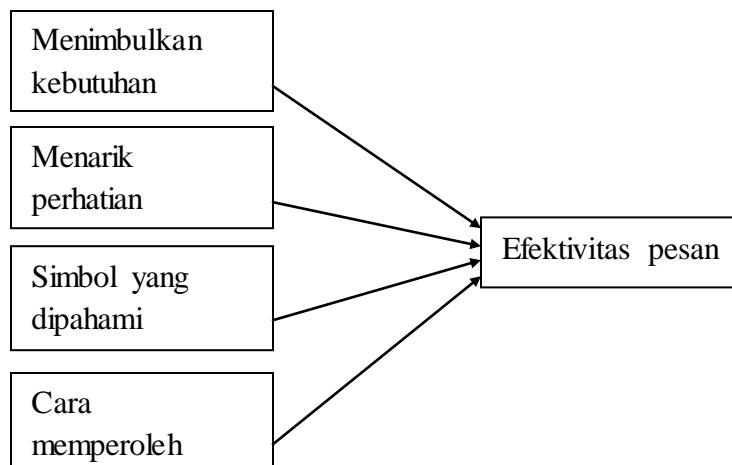
Berhasil atau tidaknya dakwah atau pengajian dalam penyampaian ajaran Islam tergantung pada materi dan kesiapan mental penerima atau *mad'u*. Akan tetapi, jika isi pesan yang disampaikan terlalu jauh dari kerangka pandangan dan lapangan pengalaman pihak penerima atau *mad'u*, maka akan sulit diharapkan terjadi perubahan sikap pada komunikan atau *mad'u*. Hal ini berdasarkan hadist Rasulullah Saw., “serulah kepada manusia sesuai dengan tingkat akal atau keilmuan mereka” (Hadis).

Komunikasi bisa dikatakan efektif jika: (1) pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh komunikan. (2) komunikan bersikap atau berperilaku seperti apa yang dikehendaki oleh komunikator. (3) ada kesesuaian antar komponen (Hamidi, 2007).

Berdasarkan Teori Efektivitas pesan yang dicetuskan oleh Wilbur Schramm (1973), jika komunikasi diharapkan efektif, maka pesan-pesannya harus dikemas sedemikian rupa sehingga sesuai dengan kebutuhan komunikan. Menarik perhatian dan tidak biasa. Simbol yang digunakan hendaknya mudah dipahami, meliputi bahasa, istilah, kata-kata atau kalimatnya. Jika komunikator menganjurkan menggunakan sesuatu, maka hendaknya sesuatu tersebut mudah didapat dengan menggunakan cara tertentu, termasuk misalnya tentang tempatnya. Apabila teori tersebut dianalogikan terhadap kegiatan pengajian rutin, maka dapat dijabarkan bahwa materi dan isi pesan yang disampaikan komunikator harus mudah dipahami oleh komunikan. Untuk membuat komunikan mengerti akan misi pesan yang disampaikan ustad atau mubaligh dalam hal ini dapat dikatakan sebagai komunikator, harus memiliki kemampuan dalam membawakan dan menyampaikan isi pesan dengan baik. Dengan begitu, informasi-informasi yang bermanfaat dapat diserap oleh komunikan dengan baik, sehingga sesuai dengan kebutuhan komunikan.

Jika teori tersebut divisualisasikan dalam bentuk model, maka kita peroleh gambar sebagai berikut:

Model Teori Efektivitas Pesan



—————→ = mempengaruhi

Sumber : Hamidi, 2007: 72-73

Untuk menumbuhkan efek *behavioral* yakni efek yang timbul pada diri khalayak dalam perilaku atau tindakan. Maka komponen komunikator pun harus memiliki kualifikasi karakter tertentu. Menurut Aristoteles (1954) dalam Hamidi (2007: 73), komunikator yang efektif mempunyai karakter atau *ethos* yang meliputi: *good sense* (pikiran yang baik), *good moral character* (akhlak yang baik) dan *good will* (maksud yang baik). Dimensi lain dari *ethos* komunikator yang dikemukakan Chaiken S (1979) adalah: *source attractiveness* (daya tarik komunikator) dan *source power* (kekuasaan komunikator).

Dipandang dari komponen komunikan, komunikan yang efektif akan terjadi jika komunikan mengalami (Kelman, 1975): internalisasi (*internalization*), identifikasi diri (*self identification*) dan ketundukan (*compliance*) (Hamidi, 2007: 74).

Komunikasi mengalami proses internalisasi, jika komunikan menerima pesan yang sesuai dengan system nilai yang dianut. Komunikan merasa memperoleh sesuatu yang bermanfaat, pesan yang disampaikan memiliki rasionalitas yang dapat diterima. Internalisasi bisa terjadi jika komunikatornya memiliki *ethos* atau *credibility* (ahli dan dapat dipercaya), karenanya komunikasi bisa efektif. Identifikasi terjadi pada diri komunikasi, jika komunikasi merasa puas dengan meniru atau mengambil pikiran atau perilaku dari orang atau kelompok lain (komunikator). Identifikasi akan terjadi pada diri komunikan jika

komunikatornya memiliki daya tarik (*attractiveness*), sehingga komunikasi yang terjalin akan efektif (Hamidi, 2007).

Efek pesan yang diharapkan tentu saja yang memiliki dampak terhadap perilaku komunikan. Namun bukan berarti komunikan dengan mudahnya dapat mengikuti harapan dan keinginan komunikator. Hal ini disebabkan oleh banyaknya faktor yang mempengaruhi respon seseorang dalam menanggapi setiap informasi yang masuk. Sama halnya dengan pesan yang ada pada kegiatan pengajian rutin terhadap perubahan para jamaahnya.

Niat berperilaku (*behavioral intention*) merupakan motivasi seseorang untuk melaksanakan suatu perilaku yang berhubungan dengan sikap dan pendapatannya terhadap atau tentang obyeknya. Tingkat suatu niat sama dengan tingkat kemungkinannya bahwa seseorang akan melaksanakan perilaku yang terkait dengan niat tersebut.

Menurut Fishbein dan Ajzen, tingkat kemungkinan bahwa niat mau melaksanakan (tingkat kekuatan niat) bergantung kepada kepercayaan seseorang bahwa dengan perilaku yang berdasarkan kepercayaan tersebut akan berakibat tertentu dan evaluasinya terhadap akibat tersebut. Niat juga bergantung kepada desakan normatif kelompok rujukan seseorang. Semakin kuat kemungkinan bahwa pelaksanaan perilaku akan mengarah kepada memperoleh imbalan dan penghindaran hukuman semakin kuat perilaku tersebut dilaksanakan.

Efek terakhir persuasi dalam teori *Reasoned Action* adalah perilaku, yang terobservasi dari penerima pesan. Perilaku seseorang dipengaruhi oleh kepercayaan, yang pada gilirannya menentukan sikap lalu mempengaruhi niat.

Sikap akan mengarah kepada niat-niat kepercayaan (*belief intentions*) yang secara totalitas akan searah dengan sikap tersebut. Sikap yang positif mengarah ke niat-niat berperilaku (*action intentions*) yang mendukung obyek dan sikap yang negatif mengarah kepada penghindaran obyek.

Komitmen dalam kamus Bahasa Indonesia adalah perjanjian (keterikatan) untuk melakukan sesuatu, yakni kontrak atau bisa juga disebut tanggung jawab. Ibadah merupakan sarana untuk memperoleh pertolongan dan bantuan Ilahi. Tujuan utama ibadah, sesuai dengan arti ibadah yaitu pengabdian adalah penghambaan diri kepada Allah untuk mendapatkan ridha-Nya. Setiap bentuk ibadah yang sering disebut sebagai ritual Islam, sebagaimana yang tercantum dalam rukun Islam yang lima dan ibadah-ibadah lainnya, mengandung aspek-aspek ajaran pembinaan mental, pembinaan moral dan akhlaq bagi yang melaksanakannya. Salat sebagai bentuk ibadah yang utama dalam Islam, antara lain dimaksudkan untuk mewujudkan ketentrangan, kesejukan, kedamaian, kemantapan rohani dan untuk mencegah kejahatan serta kemunkaran (Miftah Faridl, 1997: 121).

Memiliki komitmen dalam melaksanakan ibadah salat fardu merupakan hal yang harus dimiliki oleh setiap umat Muslim. Hal ini karena salat fardu merupakan suatu kewajiban yang harus dilakukan dan dilaksanakan oleh umat Muslim. Dari lima rukun Islam yang wajib dijalankan oleh seorang Muslim, salat menempati posisi yang sangat penting, bahkan sangat strategis dalam kehidupan seorang Muslim, baik dalam posisinya sebagai hamba yang harus mengabdikan

kepada Sang Khalik, maupun sebagai seorang khalifah yang harus memimpin dan mengelola bumi beserta isinya sebagai khalifah Allah SWT (Jefry Noer, 2006: 35)

F. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara atau dugaan terhadap pertanyaan penelitian yang banyak memberi manfaat bagi pelaksanaan penelitian. Salah satu manfaat tersebut antara lain dalam hal verifikasi data terutama dalam menetapkan instrumen yang akan digunakan, teknik analisis data dan menetapkan sampel penelitian. Hipotesis dinyatakan dalam bentuk pernyataan yang mengandung dua variable. Seperti halnya antara pengajian rutin dengan komitmen melaksanakan ibadah salat fardu pada jamaah masjid Darul Ihsan.

Mengacu kepada kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka akan diajukan hipotesis kerja sebagai berikut: semakin giat mengikuti pengajian rutin, semakin tepat melaksanakan ibadah salat fardu, sehingga tumbuhlah komitmen dalam melaksanakan ibadah salat fardu.

G. Langkah-langkah Penelitian

Dalam penelitian ini, langkah-langkah penelitian yang ditempuh adalah sebagai berikut:

1. Lokasi Penelitian

Peneliti mengambil lokasi penelitian di masjid Darul Ihsan PT. Telekomunikasi Indonesia Jalan Japati No.1 Bandung. Dengan melibatkan jamaah masjid Darul Ihsan PT. Telekomunikasi Indonesia. Adapun alasan peneliti

mengambil lokasi ini sebagai lokasi penelitian karena terdapat masalah yang relevan untuk diteliti adanya pengajian rutin bagi jamaah masjid Darul Ihsan di PT. Telekomunikasi Indonesia Bandung.

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode deskriptif, yaitu metode yang memusatkan diri pada pemecahan masalah-masalah yang ada pada masa sekarang, pada masalah-masalah yang aktual. Data yang dikumpulkan mula-mula disusun, dijelaskan dan kemudian dianalisa (karena itu metode ini sering pula disebut *metode ananitik*) (Winarno Surakhmad, 1998: 140).

3. Jenis Data

Jenis data penelitian adalah:

- a. Data tentang teknik pelaksanaan pengajian rutin di masjid Darul Ihsan PT. Telekomunikasi Indonesia Bandung
- b. Data tentang pengaruh pengajian rutin di masjid Darul Ihsan PT. Telekomunikasi Indonesia terhadap jamaah dalam melakukan ibadah salat fardu

4. Sumber Data

Yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah:

- a. Sumber data primer, meliputi wawancara dengan jamaah yang aktif mengikuti pengajian rutin, pengurus masjid Darul Ihsan, para penceramah yang mengisi pengajian rutin dan pihak manajemen PT. Telekomunikasi Indonesia.

b. Sumber data sekunder, meliputi dokumen-dokumen dari pengurus masjid Darul Ihsan dan catatan harian, serta buku-buku sebagai sumber penunjang.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Orang seringkali mengartikan observasi sebagai suatu aktiva yang sempit, yakni memperhatikan sesuatu dengan menggunakan mata (Suharsimi Arikunto, 2010:199). Sementara, menurut S. Margono pengertian observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian (2007:158).

Teknik observasi ini digunakan karena ada fenomena yang harus diteliti secara langsung, sehingga akan didapatkan kondisi objektif secara rinci dan jelas. Cara yang ditempuh dalam observasi ini yakni terjun langsung pada objek penelitian untuk melihat lebih dekat masalah yang terjadi.

b. Wawancara

Wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seorang responden, caranya adalah dengan bercakap-cakap secara tatap muka. Wawancara ini dilakukan kepada penceramah dalam pengajian dan beberapa orang jamaah yang aktif mengikuti pengajian.

c. Angket

Angket atau kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui (Suharsimi Arikunto,

2010:194). Angket ini ditujukan kepada jamaah masjid Darul Ihsan PT. Telekomunikasi Indonesia.

d. Studi Dokumentasi

Pada studi dokumentasi menggunakan penelitian melalui berbagai media informasi dan rujukan-rujukan yang terdapat dalam buku-buku serta lainnya.

6. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian, sedangkan sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Suharsimi Arikunto, 2010: 173). Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah jamaah pengajian rutin masjid Darul Ihsan PT. Telekomunikasi Indonesia Bandung yang berjumlah 180 jamaah, yakni karyawan dan juga istri-istri karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia. Sedangkan sampelnya adalah jika peneliti mempunyai beberapa ratus subjek dalam populasi, dapat ditentukan kurang lebih 25%-30% dari jumlah subjek tersebut. Jika jumlah anggota subjek dalam populasi hanya meliputi antara 100 hingga 150 orang, dan dalam pengumpulan data peneliti menggunakan angket, sebaiknya subjek berjumlah itu diambil seluruhnya (Suharsimi Arikunto, 2005: 95). Dengan demikian karena jamaah pengajian rutin berjumlah sebanyak 180 orang, maka yang menjadi sampelnya berjumlah 45 orang dari penghitungan $180 \times 25 / 100 = 45$.

7. Analisis Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini dianalisis, dengan menggunakan perhitungan presentase yang target akhirnya adalah mengetahui berapa persen

pengaruh pengajian rutin terhadap komitmen melaksanakan ibadah salat fardu.

Rumus presentase :

$$P = F/N \times 100\%$$

Dimana:

P = Presentase

F = Frekuensi yang sedang dicari presentasinya (frekuensi jawaban)

N = Jumlah responden (Anas Sudijono, 2009:43)

Dalam penafsiran data digunakan metode penafsiran data sebagaimana dikemukakan oleh Supardi dalam Prahajmaja (2004: 84) yang menggunakan dua angka di belakang koma, sebagai berikut:

0,00%	= Tidak ada
0,01% - 24,99%	= Sebagian kecil
25% - 49,99%	= Hampir setengah
50%	= Setengahnya
50,01% - 74,99%	= Sebagian besar
75% - 99,99%	= Pada umumnya
100%	= Seluruhnya