

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya, mad'u atau sasaran dakwah adalah seluruh manusia sebagai makhluk Allah yang memiliki kebebasan untuk berikhtiar, berkehendak dan bertanggung jawab atas perbuatan yang sesuai dengan pilihannya baik individu, kelompok, maupun massa.

Sedangkan menurut Enjang dan Hajir Tajiri (2009:14) Mad'u adalah manusia yang memiliki pandangan hidup, keyakinan, sistem nilai adat dan kebudayaan yang dibentuk melalui pengalaman, hasil belajar, proses sosial yang telah meresap dalam setiap pribadinya bahkan telah membentuk dan mewujudkan pada perilakunya. Itulah sebabnya dalam dakwah diperlukan etika, agar para da'i dapat melakukan dakwahnya secara ma'ruf.

Dakwah dalam arti amar ma'ruf nahyi munkar adalah syarat mutlak bagi kesempurnaan dan keselamatan hidup masyarakat. Ini adalah kewajiban manusia yang memiliki pembawaan fitrah sebagai *social being* (makhluk sosial), dan kewajiban yang ditegaskan oleh risalah sebagaimana tercantum dalam Kitabullah dan Sunnah Rasul.(Alawiyah, 1997:25)

Selain itu ceramah juga dapat diartikan sebagai ucapan, pidato, atau istilah-istilah lain yang semakna dengan ceramah. Sedangkan ceramah menurut syariat Islam

adalah suatu penyampaian pesan dari da'i kepada mad'u yang sesuai dengan Al-Qur'an dan Sunnah Rasul.

Dalam kegiatan ceramah ini supaya maksud dan tujuannya bisa dicapai maka cara penyampaian pesanpun harus menarik dan tersusun rapih. Dalam konteks ini ceramah sama halnya dengan khitobah kalau ditinjau dari segi ilmu pengetahuan, boleh juga khitobah ini disebut juga retorika. yaitu suatu ilmu yang memang mirip dengan "Ilmu silat lidah" (Jalaludin Rahmat 2001:3), dan sejalan dengan pendapat *Clean Brook* dan *Robert pen Warren* sebagai *The Art of Using Effectively*, yaitu seni penggunaan bahasa secara efektif (Uchjana 1984:53).

Komunikasi dalam kehidupan manusia tentunya tidak dapat dipisahkan. Oleh karena itu, manusia harus memenuhi kebutuhannya demi mempertahankan kehidupannya. Hal tersebut merupakan konsekuensi logis, karena manusia berhubungan antara yang satu dengan yang lainnya. Seperti halnya dalam proses dakwah, seorang da'i dapat menyampaikan pesan dakwahnya apabila terdapat mad'u atau sasaran dakwah.

Seorang muslim mesti sadar bahwa dirinya adalah subjek dakwah, ia adalah pelaku yang tidak boleh absen. Tidak ada kekecualian seseorang untuk lepas dari kedudukannya sebagai subjek dakwah. Dalam keadaan dan situasi yang bagaimanapun manusia muslim tetap harus sadar bahwa dirinya adalah subjek dakwah yang secara terus menerus melaksanakan tugasnya sebagai da'i dengan cara-cara yang sesuai tempat dan situasinya. (Enjang As, Aliyudin 2009:74)

Subjek dakwah ini adalah salah satu unsur dari berbagai macam unsur dakwah yang memiliki kedudukan sangat tinggi. Karena, subjek dakwah ini (da'i) bagaikan *guide* atau petunjuk arah terhadap orang-orang yang ingin mendapatkan keselamatan dunia dan akhirat..

Sukses atau tidak suksesnya suatu ceramah bukan dilihat dari gelak tawa dan tepuk tangan dari pendengarnya, bukan pula dari ratapan dan nangis mereka, melainkan kesuksesan tersebut dapat dilihat dari pesan yang membekas dalam benak dan pendengaran mereka, ataupun kesan yang terdapat dalam jiwa dan hati yang kemudian tercermin dalam sebuah tingkah laku yang baik. Tetapi apabila dikaitkan dengan realita sekarang membuktikan khususnya di Desa Cisaranten Wetan bahwa berhasilnya sebuah kegiatan ceramah terletak pada canda tawa dalam artian mad'u akan sering mendengarkan ceramah atau pengajian yang lebih banyak diselingi dengan gurauan dibandingkan dengan ceramah yang terlalu serius dan hal tersebut akan memberikan kesan bagi pendengarnya.

Dalam meresponi suatu kegiatan ceramah, seorang da'i akan mendapatkan respon dari mad'unya apabila da'i mampu memberikan pesan ceramahnya sejalan dengan keinginan mad'u. tidak sedikit pesan dakwah yang tidak sampai kepada mad'u karena da'i tidak mampu berkomunikasi secara efektif dan menggunakan berbagai macam bahasa untuk menyampaikan pesan dakwah. Oleh sebab itu dapat mengakibatkan kesalah pahaman antara da'i dan mad'u. sehingga hal layak tidak memahami apa yang disampaikan oleh da'i. kemudian minat dan *interest* khalayak

hilang dan komunikasi tidak terjalin. Karena perbedaan bahasa dapat menimbulkan kesulitan lebih jauh daripada sekedar kekeliruan penerjemahan.(Deddy, 2008:325)

Sama halnya dengan ini, di Desa Cisaranten Wetan Rw 03 Kecamatan Cinambo, Kota Bandung terdapat sebuah Majelis Taklim Al-Mu'min yang memiliki respon terhadap tayangan ceramah ummi Qurrota'ayunin di MNCTV. Di bandingkan dengan kaum remaja baik itu kaum Hawa maupun kaum Adam, kaum ibu lebih antusias untuk menyaksikan tayangan ceramah tersebut.

Ceramah ummi Qurrota'ayunin memiliki metode ceramah yang berbeda, dengan gaya ceramah yang santai bahkan sambil bernyanyi. Ummipun suka mendalang ketika menyampaikan ceramah. oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti ceramah tersebut.

Dengan demikian, ibu-ibu yang berada didaerah tersebut, khususnya di Desa Cisaranten Wetan Rw 03 banyak yang memiliki respon simpati terhadap tayangan ceramah ummi Qurrota'ayunin di MNCTV.

Akan hal itu respon dapat diartikan sebagai umpanbalik, peneguhan, dan servomekanisme internal (Fisher, 1978: 286-229). Sebagai umpanbalik, respon adalah pesan yang dikirim kembali dari penerima ke sumber, memberi tahu sumber tentang reaksi penerima, dan memberikan landasan kepada sumber untuk menentukan perilaku selanjutnya. Dalam pengertian ini umpanbalik atau respon bermacam-macam jumlah dan salurannya. Ada situasi ketika saluran mengangkut banyak umpanbalik atau tidak ada umpanbalik sama sekali (dari *free feedback* sampai *zero feedback*). (Rakhmat,2008:191)

Usaha menciptakan kesadaran keagamaan pada jema'ah tidaklah mudah. Karena kesadaran itu merupakan kondisi seseorang. Mempunyai dorongan kemauan untuk melakukan sesuatu yang tumbuh dalam dirinya sendiri tanpa adanya stimulus yang terus menerus. Ada atau tidaknya tetap ia harus lakukan sesuatu yang telah disadari bahwa sesuatu itu memang harus dilakukan sekalipun hanya dapat dilihat dari media televisi.

Televisi sebagai salah satu media informasi memiliki kelebihan dibandingkan dengan media massa lain seperti radio, surat kabar, film, majalah, yaitu lebih menyatukan unsur audio-visual dan memiliki derajat keserampakan paling tinggi dalam menyampaikan suatu pesan dan mempengaruhi massa. Zakiah Derajat berpendapat bahwa “ 83 % perilaku manusia dipengaruhi oleh apa yang dilihatnya, 11 % dari apa yang didengarnya dan yang 6 % sisanya merupakan gabungan dari berbagai stimulus yang diterimanya” (Mubarok, 1999:110).

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, kiranya dapat di rumuskan beberapa pokok masalah kedalam bentuk pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana respon Ibu-ibu Majelis Taklim Al-Mu'min terhadap ceramah Ummi Qurrota'ayunin di MNCTV ?
2. Materi apa yang digemari oleh Ibu-ibu Majelis Taklim Al-Mu'min pada ceramah yang disampaikan Ummi Qurrota'ayunin di MNCTV ?
3. Metode dan tehnik apa yang di gunakan oleh Ummi Qurrota'ayunin ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui respon Ibu-ibu Majelis Taklim Al-Mu'min terhadap ceramah Ummi Qurota'ayunin di MNCTV
2. Untuk mengetahui materi yang digemari oleh Ibu-ibu Majelis Taklim Al-Mu'min terhadap ceramah Ummi Qurota'ayunin di MNCTV
3. Untuk mengetahui metode dan tehnik yang digunakan oleh Ummi Qurota'ayunin.

Sedangkan mengenai kegunaan penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Secara Teoritis
 - a. Mengembangkan Khazanah ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan dakwah yang disampaikan melalui media massa.
 - b. Sebagai kontribusi pemikiran dalam peningkatan Ilmu penyiaran Islam melalui media elektronik (televisi).
2. Secara Praktis
 - a. Mengembangkan kehidupan sosial di kelurahan Cisaranten Wetan Rw 03 khususnya, dan bagi masyarakat umumnya.
 - b. Sebagai kontribusi dalam peningkatan kualitas penyiaran bagi instansi MNCTV selaku pihak yang menayangkan acara ceramah Ummi Qurota'ayunin.

D. Kerangka Pemikiran

Televisi merupakan media massa yang sangat populer di tengah masyarakat. Ia ada hampir di setiap tempat-tempat umum, kantor, rumah, bahkan kamar. Oleh karena itu, setiap berita atau pesan yang disampaikan melalui media televisi akan sangat mudah sampai ke tengah kalangan masyarakat. Demikian pula, jika yang disampaikan melalui televisi adalah pesan-pesan tabligh, maka ia akan dengan cepat tersosialisasikan. (Kusnawan, 2004:74)

Oleh karena itu televisi merupakan media yang bersifat audio visual dalam artian memiliki efektifitas tinggi dalam proses komunikasi, yaitu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan, untuk mendapatkan respon yang di harapkan oleh komunikator. Di sisi lain televisi juga memberikan efek negatif bila komunikan berinteraksi dengan televisi dalam sikap pasif.

Seperti yang diungkapkan Kris Budiman dalam bukunya berjudul “Di depan Kotak Ajaib; Menonton Televisi sebagai Praktik Konsumsi” :

Menonton Televisi bukanlah sekedar aktivitas menyrotokan mata kearah layar kaca, melainkan bersifat multi-faset dan kaya dimensi. Penonton-penonton televisi tidak hanya membuat interpretasinya sendiri, melainkan juga mengkontruksikan situasi-situasi dan cara-cara praktik menonton itu dilakukan pada saatnya sebagai suatu tahap di dalam proses komunikasi (Kris,2002:21)

Dalam hal ini pemanfaatan televisi sebagai media dakwah sangat penting, khususnya ditengah-tengah era globalisasi ini yang menuntut seorang penceramah (Da'i) untuk lebih pintar mengamati perkembangan teknologi sebagai media

penyampaian pesan dakwah kepada seluruh umat manusia di dunia. Sebagaimana Allah berfirman dalam Q.S. Ali Imran : 110 sebagai berikut:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ

“Kamu adalah umat yang terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyuruh kepada yang ma'ruf, dan mencegah dari yang munkar”(Al-Imran :110)

Dakwah ini lebih diartikan sebagai komunikasi mengajak dan memanggil umat manusia kepada ajaran Allah, mengajak amar ma'ruf nahyi munkar agar tercapainya kebahagiaan dunia dan akhirat.

Masyarakat selaku konsumen tayangan ceramah Ummi Qurota'ayunin akan menerima stimuli berupa tayangan yang diterima melalui alat pendengar dan penglihatan mereka, seperti yang dikatakan oleh Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya berjudul: “Psikologi Komunikasi” (2008:193) bahwa “Dalam komunikasi massa, stimuli alat indera bergantung pada jenis media massa yang digunakan. Pada televisi dan film, seseorang menerima stimuli dengan mendengar dan melihat.” Dalam model yang dikemukakan Hovland, seorang pembicara dianggap sebagai seseorang yang memberikan rangsangan (stimulus) melalui situasi komunikasi (berupa karakteristik isi pesan, karakteristik komunikator, karakteristik media dan situasi di sekelilingnya). Stimulus tersebut melalui faktor-faktor *predeposisi* menentukan batas-batas yang berhubungan dengan isi, komunikator, media dan situasi. Pada seorang penerima ada tiga faktor yang sangat menentukan yaitu, perhatian, pemahaman serta penerimaannya dan efek yang diharapkan adalah perubahan sikap melalui perubahan opini, persepsi, perilaku dan tindakan. (Liliweri, 1994:20)

Mekanisme proses terjadinya perilaku, pertama-tama dilukiskan sebagai sesuatu yang sederhana dalam rantai $S \longrightarrow R$ Namun Fisher menunjukkan bahwa skema ini segera dimodifikasi dengan memperbesar tekanan pada organisme (O). Perilaku manusia dari notasi itu ditulis dalam skema $S \longrightarrow O \longrightarrow R$. Ketika ilmuwan menjelaskan bahwa organisme sangat aktif sebagai penangkap stimulus. Dalam hal ini O menunjukkan adanya pemrosesan mental (mental set) atau penyaringan konsep (filter konsep) yang terjadi dalam organisme manusia (Liliweri, 1994:90)

Pengaruh media massa selalu diasumsikan beroperasi dalam konteks hubungan antara stimulus di satu pihak (misalnya isi pesan dengan respons perubahan di pihak lain (Perubahan kognitif, efektif dan konatif) dalam menanggapi stimulus (pesan) tersebut. Hubungan $S \longrightarrow R$ sebenarnya merupakan hubungan yang bersifat mekanistik, hubungan satu arah yang tetap mengandalkan teori peluru (Liliweri, 1991:145)

Adapun Saifuddin Azwar dalam bukunya "Sikap Manusia", serta penuturannya mengutip pendapat Hovland Jennis dan Kelley menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel yaitu :

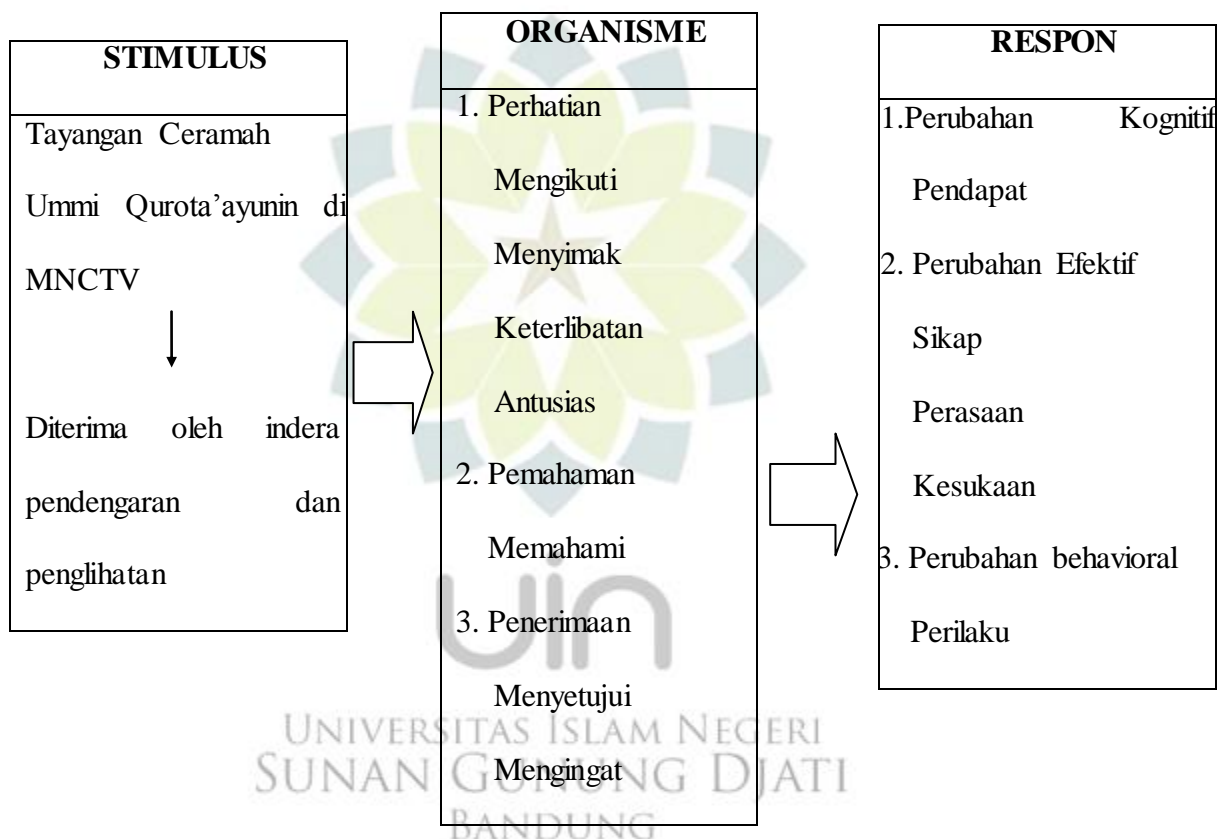
1. Perhatian
2. Pemahaman
3. Penerimaan

Asumsi dasar yang melandasi studi Hovland dan kawan-kawannya adalah anggapan bahwa efek suatu komunikasi tertentu yang berupa perubahan sikap akan

tergantung pada sejauh mana komunikasi itu *diperhatikan, dipahami, dan diterima*.

Sebagaimana yang tergambar dalam skema teori S-O-R dibawah ini :

Skema Respon Ibu-Ibu Pengajian terhadap Tayangan Ceramah Ummi Qurota'ayunin di MNCTV



Langkah-langkah perubahan sikap menurut model Hovland, Janis dan Kelley (Azwar1995:63)

Perubahan sikap merupakan fungsi interaksi antara probabilitas terjadinya pemahaman dan probabilitas diterimanya isi yang difahami oleh individu. Oleh karena itu dapat dilihat diatas bahwa tahap pertama adalah penerimaan informasi. Pada tahap ini panca indera menerima informasi kemudian dibaca dan di seleksi, lalu disimpan

dalam ingatannya. Tahap kedua adalah pengolahan informasi kemudian menafsirkan informasi, lalu menyimpannya. Kemudian tahap ketiga ekspresi hasil pengolahan informasi.

Proses perubahan sikap ini pada dasarnya berpijak pada suatu proses yang disebut dengan strategi persuasi. Persuasi merupakan usaha perubahan sikap individu dengan memasukkan ide, pikiran, pendapat dan bahkan fakta baru lewat pesan-pesan komunikatif. McGuice mengungkapkan, dalam model proses persuasinya bahwa dalam proses persuasi terdapat dua langkah lanjutan, yaitu retensi atau pengendapan isi yang telah disetujui dan tindakan yang sesuai dengan isi tersebut. dengan demikian, persuasi dapat dianggap melibatkan langkah-langkah penelitian, pemahaman, penerimaan, pengendapan dan tindakan. Dikatakannya bahwa penerima pesan haruslah menjalani kesemua langkah tersebut agar komunikasi menghasilkan dampak persuasif yang optimal. Masing-masing langkah tersebut dipandang sebagai suatu kemungkinan ukuran adanya perubahan sikap (Azwar, 2005:61).

Dengan demikian dapatlah difahami bahwa untuk mencapai tujuan perubahan sikap, perhatian komunikator hendaklah dipusatkan pada cara bagaimana yang harus ditempuh agar masing-masing langkah dalam proses persuasi itu terjadi dalam diri subjek yang hendak diubah sikapnya. Apabila dikembalikan pada ilustrasi Holvand, maka tentulah perhatian tersebut harus diarahkan pada faktor atau variabel yang mempengaruhi proses itu. baik faktor sumber, faktor pesan, maupun faktor subjek penerima.

Sasaran ceramah adalah kaum hawa atau ibu-ibu, maka proses penyampaian pesan-pesan islam yang dibawakan harus dituntut *transformative* dan *adaptif* karena dia selalu mentransformasikan ajaran agama untuk kemudian di pahami. Respon merupakan tindakan yang dilakukan komunikan dengan diorganisir berupa perhatian, pengertian, penerimaan. Dalam member respon tergantung dari sifat-sifat khalayak (Komunikan) terdiri dari cara demografis seperti usia, dan faktor psikologi komunikan serta kebutuhannya.

Akan hal itu, da'i harus mampu menyampaikan materi sesuai dengan harapan mad'u, agar terjadi respon yang diinginkan. Kemudian di aplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. oleh karena itu, da'i mesti memperhatikan penyampaian dengan bahasa yang dapat dimengerti dan mampu ditangkap oleh jamaah. Sesuai dengan firman Allah dalam surat Ibrahim ayat 4 :

وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ فَيُضِلُّ اللَّهُ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَهُوَ

الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI

“ Kami tidak mengutus seorang rasulpun, melainkan dengan bahasa kaumnya supaya ia dapat memberi penjelasan dengan terang kepada mereka. Maka Allah menyesatkan siapa yang Dia kehendaki, dan memberi petunjuk kepada siapa yang Dia kehendaki. dan Dia-lah Tuhan yang Maha Kuasa lagi Maha Bijaksana.”

Dengan demikian, dapat di pahami bahwa keseluruhan pesan dalam dakwah terang-kum dan bersumber dari Al-Qur'an yang pada garis besarnya terbagi kedalam dua bagian kelompok besar. Pertama, pesan yang berhubungan secara langsung dengan Allah (Hablumminallah). Kedua, pesan yang menyeimbangkan antara

keduanya (Tawazun), menurut Toto Tasmara (1997:43), pesan dakwah adalah pernyataan maupun pesan (risalah) Al-Qur'an dan Sunnah.

Selain itu, da'i harus memiliki metode/cara untuk menyampaikan ceramah kepada mad'u, dengan cara yang baik dan benar. agar metode yang di gunakan dapat mempermudah mad'u untuk menerima pesan tersebut. Allah berfirman dalam surat Fushshilat ayat 33 :

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّن دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ ﴿٣٣﴾

“ Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh, dan berkata: "Sesungguhnya aku Termasuk orang-orang yang menyerah diri. ”

Dalam perspektif Al-Qur'an, Bil Ahsan Al-qawl akan terkait dan memberi petunjuk mengenai prinsip dan etika berkomunikasi dalam menyampaikan ajaran Islam secara spesifik memberikan ketentuan dalam proses khitobah/ceramah. (Enjang, Aliyudin, 2009:42) Yakni sebuah upaya membangkitkan semangat manusia dalam urusan kehidupan dunia maupun akhirat.

E. Langkah-Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah Majelis Taklim Al-Mu'min yang berlokasi di Desa Cisaranten wetan Ujung Berung RW 03 Kecamatan Cinambo Kota Bandung dengan pertimbangan lokasi tersebut sangat strategis karena berada dekat dengan lingkungan masyarakat. dan kegiatan Majelis Taklim ini masih aktif dilakukan

oleh masyarakat sekitar. selain itu dapat memudahkan peneliti untuk melakukan penelitian tersebut.

Menurut Munawir Sjadzali (1985) Majelis taklim adalah tempat memelihara kehidupan beragama yang baik dan tempat memupuk semangat ukhuwah Islamiah atau persaudaraan Islam. (Alawiyah, 1997:122)

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif untuk mempermudah peneliti dalam mengumpulkan data, atau informasi yang akan di susun, dijelaskan dan di analisis mengenai respon ibu-ibu Majelis Taklim Al-Mu'min , terhadap ceramah Ummi Qurota'ayunin di MNCTV.

3. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

- a. Data Primer, yaitu data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, (Sugiyono,2012:137) jadi data primernya mencakup Pengurus Majelis Taklim Al-Mu'min (DKM) dan ibu-ibu jemaah.
- b. Data Sekunder, merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. (Sugiyono, 2012:137) akan hal itu data sekunder didapati dari pihak lain yang mengetahui gambaran ibu-ibu dalam meresponi kegiatan tersebut serta dari pihak lain yang dapat memberikan informasi

guna berlangsungnya penelitian ini. Sumber referensi diperoleh dari arsip DKM Al-Mu'min .

4. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2012: 80)

Oleh karena itu Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh jama'ah ibu-ibu Majelis Taklim Al-Mu'min di Desa Cisaranten Wetan RW 03 Kecamatan Cinambo Ujung Berung Kota Bandung. Adapun jumlah jemaah Majelis Taklim tersebut, sebanyak 30 orang.

5. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2012:81) Dalam penentuan sampel ini digunakan pendapat Sugiyono yaitu sampling jenuh adalah penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Dalam artian hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan :

a. Observasi

Sutrisno Hadi (1986) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan

psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. (Sugiyono,2012:145)

Oleh sebab itu peneliti melakukan pengamatan langsung dilokasi penelitian. khususnya objek yang diteliti. Observasi berguna juga untuk mengumpulkan data, guna untuk menjelaskan, memberikan dan merinci gejala yang terjadi. dengan alasan untuk mengetahui program kegiatan ceramah Umami Qurrota'yunin di MNCTV.

b. Wawancara

Peneliti melakukan Tanya jawab melalui wawancara langsung dengan subjek yaitu lebih ditekankan kepada responden saja. Wawancara ini sebagai bahan penelitian bertujuan untuk mengumpulkan data tentang segala sesuatu yang berkenaan dengan ceramah Umami Qurrota'yunin diantaranya perhatian, pemahaman, dan penerimaan ibu-ibu terhadap kegiatan ceramah tersebut.

c. Angket

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. (Sugiyono, 2012: 142) Dalam hal ini peneliti menyebarluaskan angket kepada responden untuk memperoleh data-data tentang perhatian pemahaman dan penerimaan ibu-ibu terhadap ceramah Umami Qurrota'yunin di MNCTV, angket tersebut berupa pertanyaan-pertanyaan.

d. Studi Pustaka

Teknik penelitian ini untuk mendapatkan teori yang menunjang dalam penelitian

7. Analisis Data

Menganalisis data dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dan harus dilakukan. Agar penelitian yang dilaksanakan memberikan kesimpulan yang benar.

Setelah data terkumpul kemudian diolah, selanjutnya dianalisis. Untuk menganalisis data tersebut, membutuhkan beberapa langkah antara lain : pertama, dipotong sesuai dengan permasalahan yang sedang diteliti, kedua diklasifikasikan, ketiga, data-data tersebut dihitung secara statistik dengan perhitungan presentase untuk melihat perbandingan besar kecil alternatif jawaban sesuai dengan permasalahan yang diteliti.

Kemudian dilakukan penganalisan dengan menggunakan analisis kuantitatif yaitu analisis data yang berwujud angka-angka perhitungan atau pengukuran, dan untuk rumusan yang digunakan adalah presentase yang diperoleh dengan jumlah perbandingan jawaban yang masuk dengan jumlah sampel kemudian dikalikan 100 (Suharsimi Arikunto, 2002:250)

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

Keterangan :

P = Besarnya persentase

F = Frekwensi jawaban

N = Jumlah seluruh responden

% = Bilangan tetap

Untuk bahan interpretasi kesimpulan dalam pengolahan data maka standar persentase ditetapkan sebagai berikut.

76 - 100 %	Sangat baik
51 - 75 %	Baik
26 - 50 %	Kurang baik
1 - 25 %	Sangat kurang baik

