

**HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS MENGIKUTI DAKWAHNYA GUS
MUS DI MEDIA SOSIAL DENGAN PENINGKATAN PEMAHAMAN
KEAGAMAAN MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN WALISONGO**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial
Jurusan Manajemen Dakwah

Oleh:

Muhammad Ahsan Asrofi

1501036080

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2022



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

Jl. Prof. Dr. Hamka KM.2 (Kampus 3 UIN Walisongo) Ngaliyan Telp. (024) 7506405
Semarang 50185 website: fakdakom.walisongo.ac.id, email:
fakdakom.uinws@gmail.com

NOTA PEMBIMBING

Lamp. :-
Hal : Persetujuan Ujian Skripsi

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Walisongo Semarang
Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan
sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara :

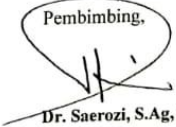
Nama : Muhammad Ahsan Asrofi
NIM : 1501036080
Fakultas : Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Jurusan : Manajemen Dakwah
Judul : Hubungan antara Intensitas Mengikuti Dakwahnya Gus Mus
di Media Sosial dengan Peningkatan Pemahaman Keagamaan
Mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan
Komunikasi UIN Walisongo

Dengan ini kami setuju, dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas
perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Semarang, 31 Mei 2022

Pembimbing,


Dr. Saerozi, S.Ag, M.Pd

NIP. 197106051998031004

SKRIPSI

**HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS MENGIKUTI DAKWAHNYA GUS MUS DI
MEDIA SOSIAL DENGAN PENINGKATAN PEMAHAMAN KEAGAMAAN
MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH FAKULTAS DAKWAH DAN
KOMUNIKASI UIN WALISONGO**

Disusun oleh:

Muhammad Ahsan Asrofi

1501036080

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji pada tanggal 28 Juni 2022 dan dinyatakan telah
lulus memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Susuna Dewan Penguji

Ketua Dewan Penguji

Prof. Dr. Ilyas Supena, M.Ag
NIP. 1972410 200112 1 003

Sekretaris Dewan Penguji

Dr. Saerozi, S.Ag, M.Pd
NIP. 19700605 199803 1 004

Penguji I

Dr. Hatta Abdul Malik, S.Sos.I, M.S.I
NIP. 19800311 200710 1 001

Penguji II

Dedy Susanto, S.Sos.I, M.S.I
NIP. 19810514 200710 1 001

Mengetahui
Pembimbing

Dr. Saerozi, S.Ag, M.Pd
NIP. 19700605 199803 1 004

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Pada tanggal 21 Juli 2022



Prof. Dr. Ilyas Supena, M.Ag
NIP. 1972410 200112 1 003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya ini adalah hasil karya saya dan tidak ada karya yang pernah diajukan kepada suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lain untuk memperoleh gelar sarjana. Temuan dari hasil yang dipublikasikan atau tidak dipublikasikan, sumbernya dijelaskan dalam tulisan dan dalam daftar pustaka.

Semarang, 20 Juni 2022



Muhammad Ahsan Asrofi

1501036080

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga karya tulis ilmiah yang berjudul *Hubungan antara Intensitas Mengikuti Dakwahnya Gus Mus di Media Sosial Dengan Peningkatan Pemahaman Keagamaan Mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo* yang merupakan tugas dan syarat wajib dipenuhi guna memperoleh gelar sarjana dari Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Sholawat dan salam kita panjatkan kepada kekasih Allah yang paling terpuji akhlaknya, paling mulia derajatnya, paling bijaksana dalam berpendapat dan paling khusyuk shalatnya yaitu Nabi Muhammad SAW. Semoga kita semua dari umatnya yang akan menerima syafaatnya nanti di yaumul kiyamah.

Merupakan suatu kebanggaan bila suatu tugas dapat diselesaikan dengan baik. Bagi penulis, penyusunan tesis bukanlah tugas yang mudah, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyajian ini yang membatasi penulis sendiri. Kalaupun pekerjaan ini dapat diselesaikan tentunya karena banyak pihak yang terlibat, sehingga skripsi ini dapat tersusun dengan baik. Untuk penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada:

1. Yang Terhormat Bapak Rektor UIN Walisongo Semarang, Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag, beserta jajarannya yang telah memberikan pengalaman berharga.
2. Yang Terhormat Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, Dr. Ilyas Supena, M.Ag, beserta jajarannya yang telah memberikan restu kepada peneliti sehingga karya tulis ini dapat diselesaikan.

3. Ibu Dra. Siti Prihatiningtyas, M.Pd, selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Drs. H. Kasmuri, M.Ag, selaku dosen wali studi dan pembimbing I yang dengan segala kesabaran, ketelatenan dan kemurahan hatinya, selalu memberikan petunjuk dan nasehat pembelajaran kepada penulis.
5. Bapak Saerozi, S.Ag., M.Pd, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dengan kesabaran, keikhlasan dan kesabarannya.
6. Yang terhormat Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama perkuliahan.
7. Yang terhormat Bapak/Ibu Staf Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Waliosngo Semarang yang telah memberikan pelayanan terbaik kepada penulis selama menjadi mahasiswa di Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Untuk semua yang tidak bisa penulis memberikan balasan apapun, hanya bisa mengucapkan “*Jazakumullahu Akhsanal Jaza*”, terima kasih dan semoga mereka selalu memiliki berkah dan rahmat Allah SWT dalam hidup mereka. Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, karena penulis masih kekurangan ilmu.

Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan karya ini sangat dibutuhkan. Semoga karya ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan pembaca.

Semarang, 20 Juni 2022

Penulis

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Pengasih dan Penyayang yang telah memberikan kelancaran dan kekuatan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan lancar. Skripsi ini dipersembahkan kepada mereka yang selalu memberikan motivasi, doa, dukungan, pengorbanan, perjuangan dan kasih sayang yang tidak pernah padam untuk selalu semangat dan bersyukur dalam mengerjakan skripsi ini, dan skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua saya Bapak Mawardi dan Ibu Kun Rofi'ah, yang selalu menjaga penulis, mendoakannya dan mendukungnya serta memberinya cinta, perhatian dan motivasi dalam segala hal. Semoga Allah selalu melindungi mereka berdua.
2. Kepada seluruh guru-guru saya, Bapak dan Ibu Dosen yang saya cintai, tanpa bimbingan, pengajaran dan bimbingannya penulis bukanlah apa-apa.
3. Terima kasih teman-teman. Semoga kebersamaan kita membawa berkah dan hidayah.
4. Untuk Afiatus Khaerulana, terima kasih selalu mendoakan dan menjadi penyemangat untuk menyelesaikan karya skripsi ini.
5. Kepada tetangga-tetangga saya yang selalu menanyakan kapan saya akan lulus, terima kasih karena itu memotivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini secepatnya.

MOTTO

وَمَنْ جَاءَ هَدَىٰ فَاتِّمَّ يَجْأ هُدَىٰ لِنَفْسِهِ

“ Barang siapa yang bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut untuk kebaikan dirinya sendiri “

(Q. S Al-Ankabut : 6)

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا. إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“ Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan “

(Q.S Al-Insyroh : 5-6)

ABSTRAK

Muhammad Ahsan Asrofi, 1501036080, Hubungan antara Intensitas Mengikuti Dakwahnya Gus Mus di Media Sosial dengan Peningkatan Pemahaman Keagamaan Mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo.

Rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana intensitas Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang mengikuti dakwah Gus Mus melalui media sosial, bagaimana peningkatan pemahaman Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan bagaimana hubungan antara intensitas mengikuti dakwah Gus Mus di media sosial dengan peningkatan pemahaman keagamaan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana intensitas Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang mengikuti dakwah Gusmus melalui media sosial, bagaimana peningkatan pemahaman Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus di media sosial dengan peningkatan pemahaman keagamaan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

ABSTRACT

Muhammad Ahsan Asrofi, 1501036080, The Relationship between the Intensity of Following Gus Mus's Da'wah on Social Media and Increasing Religious Understanding of Students of the Department of Da'wah Management, Faculty of Da'wah and Communication at UIN Walisongo.

The formulation of the problem discussed in this study is how the intensity of students of the Faculty of Da'wah and Communication at the State Islamic University of Walisongo Semarang following Gus Mus's da'wah through social media, how to increase the understanding of students of the Faculty of Da'wah and Communication at the State Islamic University of Walisongo Semarang, and how the relationship between the intensity of following Gus' da'wah Mus on social media by increasing the religious understanding of students of the Faculty of Da'wah and Communication, Walisongo State Islamic University, Semarang.

This research was conducted to find out how the intensity of the students of the Faculty of Da'wah and Communication at the State Islamic University of Walisongo Semarang following Gusmus' da'wah through social media, how to increase the understanding of the students of the Faculty of Da'wah and Communication at the State Islamic University of Walisongo Semarang, and to find out how the relationship between the intensity of following Gus Mus' preaching in social media by increasing the religious understanding of students of the Faculty of Da'wah and Communication, Walisongo State Islamic University, Semarang. This research was conducted to find out how the intensity of the students of the Faculty of Da'wah and Communication at the State Islamic University of Walisongo Semarang following Gusmus' da'wah through social media, how to increase the

understanding of the students of the Faculty of Da'wah and Communication at the State Islamic University of Walisongo Semarang, and to find out how the relationship between the intensity of following Gus Mus' preaching in social media by increasing the religious understanding of students of the Faculty of Da'wah and Communication, Walisongo State Islamic University, Semarang.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	vi
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	3
D. Tinjauan Pustaka	4
BAB II KERANGKA TEORI	10
A. Deskripsi Teori	10
1. Pengertian Dakwah	10
2. Media Sosial	12
3. Media Sosial Sebagai Pelantara Pesan Dakwah	14
4. Pengertian Intensitas	16
5. Pemahaman Keagamaan	18
6. Hubungan antara Intensitas mengikuti Dakwah melalui media sosial dengan pemahaman keagamaan	26
7. Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	29

A. Jenis dan Metode Penelitian.....	29
B. <i>Identifikasi Variabel-variabel Penelitian</i>	29
C. <i>Definisi Operasional</i>	30
1. Intensitas Mengikuti Dakwah Gus Mus di Media Sosial.....	30
2. Pemahaman Keagamaan	31
D. <i>Sumber dan Jenis Data</i>	32
E. <i>Populasi dan Sampel</i>	33
F. <i>Teknik Pengumpulan Data</i>	34
1. Metode Angket (Kuesioner).....	34
2. Skala Variabel.....	35
3. Dokumentasi	37
G. <i>Validitas dan Reliabilitas Instrumen</i>	37
1. Uji Validitas	37
2. Uji Reliabilitas	38
H. <i>Teknik Analisis Data</i>	38
1. Deskripsi Data.....	39
2. Uji Normalitas Data	40
3. Uji Hipotesis	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. <i>Deskripsi Umum Lokasi Penelitian</i>	43
1. Latar Belakang dan Sejarah Berdirinya Fakultas Dakwah	43
2. Visi, Misi dan Tujuan Berdirinya Fakultas Dakwah.....	44
3. Perkembangan Fakultas Dakwah	45
B. Data Hasil Penelitian.....	46
1. Responden.....	47
2. Sebaran Semester	47
3. Jenis kelamin.....	48
4. Usia	49
5. Kategori skor responden	50
C. <i>Pembahasan</i>	69

D. Keterbatasan Penelitian.....	72
BAB V PENUTUP	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran	74
C. Kata Penutup.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Sebaran Item Skala Intensitas	37
Tabel 3.2	Sebaran Item Skala Pemahaman Keagamaan	38
Tabel 3.3	Skor Skala Penelitian	41
Tabel 4.1	Sebaran responden berdasarkan tingkat semester	49
Tabel 4.2	Sebaran responden berdasarkan jenis kelamin	50
Tabel 4.3	Sebaran responden berdasarkan usia	51
Tabel 4.4	Kategorisasi tingkat intensitas	53
Tabel 4.5	Pengkategorisasian hasil variabel intensitas	54
Tabel 4.6	Kategorisasi tingkat pemahaman agama	56
Tabel 4.7	Pengkategorisasian hasil variabel pemahaman agama	57
Tabel 4.8	Validitas Skala Intensitas	60
Tabel 4.9	Reabilitas setiap item skala intensitas	61
Tabel 4.10	Reabilitas skala intensitas.....	62
Tabel 4.11	Validitas Skala Pemahaman keagamaan	63
Tabel 4.12	Reabilitas setiap item skala pemahaman keagamaan.....	64
Tabel 4.13	Reabilitas skala pemahaman keagamaan	64
Tabel 4.14	Uji normalitas skala intensitas.....	66
Tabel 4.15	Uji normalitas skala Pemahaman	67
Tabel 4.16	Hasil uji korelasi antar variabel.....	70
Tabel 4.17	Pedoman Intepretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Persentase sebaran semester responden.....	50
Gambar 4.2	Persentase sebaran jenis kelamin responden	51
Gambar 4.3	Persentase sebaran usia responden	52
Gambar 4.4	Persentase pengkategorisasian intensitas	55
Gambar 4.5	Persentase pengkategorisasian pemahaman agama.....	58
Gambar 4.6	Perbandingan antar variabel	59
Gambar 4.7	Histogram uji normalitas skala intensitas	66
Gambar 4.8	Uji normalitas Q-Q Plot skala intensitas	67
Gambar 4.9	Histogram uji normalitas skala pemahaman.....	68
Gambar 4.10	Uji normalitas Q-Q Plot skala pemahaman	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner intensitas dan peningkatan pemahaman
Lampiran II	Tampilan Kuesioner pada Google Form
Lampiran III	Data Responden
Lampiran IV	Jawaban Responden pada variable Intensitas Mengikuti Dakwahnya Gus Mus melalui Media Sosial
Lampiran V	Jawaban Responden pada variable Pemahaman Keagamaan
Lampiran VI	Hasil Skoring Jawaban Responden
Lampiran VII	Hasil Uji Validitas Intensitas
Lampiran VIII	Hasil Uji Validitas Variabel Pemahaman Keagamaan
Lampiran IX	Nilai angket setelah dikurangi aitem yang tidak valid
Lampiran X	Hasil Uji Reabilitas setiap item skala intensitas
Lampiran XI	Hasil Uji Reabilitas setiap item skala pemahaman keagamaan
Lampiran XII	Hasil Uji Normalitas
Lampiran XIII	Hasil Uji Korelasi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi membawa dampak besar bagi kehidupan kita saat ini. Adanya teknologi yang semakin canggih membuat media komunikasi baik cetak maupun elektronik berkembang sangat pesat. Hal ini menjadikan teknologi informasi sebagai kebutuhan dasar manusia untuk pengembangan pribadi dan lingkungan. Jadi, masyarakat berhak mendapatkan informasi yang dibutuhkannya, yaitu dengan memberikan hak atas keterbukaan informasi yang dibutuhkan oleh setiap masyarakat. (Morissan, 2013: 64). Dengan adanya hak untuk memberi dan menerima informasi serta didukung dengan perkembangan teknologi, saat ini berbagai informasi dapat diakses dengan cepat dan mudah bagi setiap orang. Arus informasi yang tak terbendung ini dapat memberikan dampak positif maupun negatif bagi pengguna media sosial, karena banyak informasi yang tidak berguna bagi ilmu pengetahuan bahkan dapat merusak moral dan keyakinan.

Sayangnya, generasi muda yang sangat akrab dengan teknologi informasi ini, tidak hanya berperan sebagai konsumen, tetapi juga berperan dalam menyampaikan informasi yang positif. Mahasiswa, sebagai generasi muda dan generasi penerus perjuangan Ulama, diharapkan memiliki landasan akademik dan keagamaan yang kuat untuk terus menanamkan nilai-nilai Islam di masyarakat luas. Agar tidak salah langkah, kita perlu memahami agama secara mendalam dan utuh, kita membutuhkan panduan dan panutan agar Islam lebih mudah dipahami, bukan hanya dari pemahaman kita sendiri. Orang yang dapat membantu dalam memahami agama adalah ulama karena mereka adalah *Warasatul Ambiyak*. Sehingga Islam sebagai *rahmatan lil 'alamin* tidak ternoda oleh pemahaman yang salah dan metode dakwah yang salah.

Salah satu ulama' Indonesia yang layak menjadi panutan dan mempermudah pemahaman nilai-nilai agama Islam adalah Gus Mus. Ia seorang ulama sekaligus penulis yang gencar menyebarkan nilai-nilai agama Islam ke semua golongan dan agama. Meski seorang ulama' yang sudah berusia lanjut, ia tetap aktif memanfaatkan kemajuan teknologi informasi untuk berdakwah, sehingga jarak dan waktu tidak lagi menjadi penghalang untuk menimba ilmu darinya. Gus Mus menyadari pentingnya media informasi, dimana informasi dapat mengubah peradaban. KH. Mustofa Bisri sudah lama menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah. Penggunaan platform media sosial seperti, Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube diterima dengan baik bahkan ditunggu-tunggu oleh masyarakat luas.

Ia menyampaikan ajaran Islam secara santun, dengan gaya bahasa yang ringan sehingga dapat diterima dan mudah dipahami oleh semua lapisan masyarakat, bahkan yang berbeda agama pun mengakui sikap dan pemikirannya, yang secara konsisten menerapkan nilai-nilai Islam *rahmatan lil. 'alamin*. Mahasiswa UIN Walisongo tentu sudah tidak asing lagi dengan KH. Mustofa Bisri atau lebih dikenal dengan Gus Mus. Pengetahuannya yang luas terutama dalam bidang sastra, pemahaman agama yang mendalam dan tekad untuk secara konsistenewartakan Islam adalah agama yang penuh cinta. Dakwahnya sangat mudah diakses di internet dan juga di media sosial, sehingga memudahkan untuk menimba ilmu darinya meskipun terpaut jauh dan waktu.

Gayanya yang jujur dan sopan serta tata bahasa yang tidak merendahkan membuat kita betah berlama-lama membaca atau menonton khotbahnya. Bahkan membuat kita penasaran dengan dakwahnya, baik yang lama maupun yang baru. Dengan selalu mengikuti Dakwah Gus Mus di media sosial, diharapkan dapat memperluas basis pengetahuan, setidaknya untuk diri sendiri, dan dapat membantu orang lain. Sehingga mahasiswa UIN Walisongo mampu menangkal informasi negatif yang

bertebaran di media sosial dan memberikan solusi atas permasalahan masyarakat. Mahasiswa harus memiliki landasan yang kuat dan pemahaman yang luas terhadap isu-isu yang menonjol khususnya di bidang agama, agar tidak menyimpang dari nilai-nilai agama Islam yang rahmatan li al alamin.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang hubungan antara intensitas mengikuti dakwah yang dilakukan oleh Gus Mus melalui media sosial dengan pemahaman keagamaan mahasiswa yang dikemas dalam skripsi yang berjudul **“Hubungan Antara Intensitas Mengikuti Dakwahnya Gus Mus di Media Sosial dengan Peningkatan Pemahaman Keagamaan Mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis telah mengangkat tiga masalah utama yang menjadi acuan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana intensitas Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang mengikuti dakwah Gus Mus melalui media sosial?
2. Bagaimana peningkatan pemahaman Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang?
3. Bagaimana hubungan antara intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus di media sosial dengan peningkatan pemahaman keagamaan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui intensitas Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang mengikuti dakwah Gus Mus melalui media sosial.
 - b. Untuk mengetahui peningkatan pemahaman mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
 - c. Untuk mengetahui apakah ada hubungan antara intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus di media sosial dengan peningkatan pemahaman keagamaan Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Manfaat Penelitian
- a. Secara Teoritis
Diharapkan hasil penelitian ini dapat menambah khazanah keilmuan di bidang dakwah *bil lisan* di majelis Ta'lim dan bermanfaat sebagai literatur Islam.
 - b. Secara Praktis
Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan dalam pelaksanaan kegiatan dakwah dengan mengevaluasi kegiatan dakwah tersebut khususnya di majelis ta'lim.

D. Tinjauan Pustaka

Beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan rujukan dalam penulisan karya ilmiah diantaranya adalah:

1. Penelitian Laelatul Pathia (2020), Jurnal, MEDIASI - Jurnal Kajian dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi, Vol. 1 No. 3, September 2020. *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Analisis Multimodal Instagram KH Mustofa Bisri pada Akun @s.kakung)*, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah oleh KH. Mustofa Bisri atau Gus Mus, serta interpretasi visual kedalaman materi dakwah yang diterima dari pengguna. Sebagai seorang kiai sekaligus budayawan, ia mencoba

memadukan metode dakwah dengan seni komunikasi berbasis eksploratif tanpa terlihat menggurui.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data dan observasi pada beberapa followers Instagram Gus Mus. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis multimodalitas Van Leeuwen. Multimodality mengacu pada cara orang berkomunikasi dengan beberapa mode semiotik dalam desain produk, seperti: media visual, audio-visual, teks dan aktivitas seperti keterlibatan dalam bagian suka, komentar atau repost di Instagram. Multimodality mengacu pada tiga sistem analitis, yaitu nilai informasi (*information value*), tonjolan (*saliience*) dan bingkai (*framing*).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data dan observasi pada beberapa followers akun Instagram Gus Mus (@s.kakung). Pengumpulan data yang peneliti lakukan terdiri dari pengumpulan postingan (*screenshot*) Gus Mus pada bulan Agustus 2019. Peneliti tidak hanya memilih bulan ini karena bulan libur nasional dan perayaan hari kemerdekaan, tetapi juga merupakan tahun politik dimana pada bulan ini peneliti dapat mengambil beberapa postingan dalam Instagram tersebut sebagai respon seorang Kiai menanggapi sebuah fenomena melalui media sosial.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis teks visual multimodal Kress dan Van Leeuwen (1996, 2006). Multimodality mengacu pada cara orang berkomunikasi dengan beberapa mode semiotik dalam desain produk, seperti: Gambar dan teks, serta aktivitas seperti terlibat dalam bagian suka, komentar, atau repost. Pendekatan multimodal memungkinkan sumber daya semiotik ini berada di sana untuk bergerak melampaui apa yang mereka lihat (Jewitt, 2005). Artinya, multimodal mampu menganalisis bentuk-bentuk desain produk yang tersirat dari teks yang dituliskan.

Kesimpulan. Dakwah digital saat ini sangat efektif dalam merespon isu-isu keagamaan, khususnya media sosial yang semakin dinamis seiring dengan perkembangan fungsinya. Pada Agustus 2019, Gus Mus membuat 18 postingan di feed akun Instagramnya. Dalam postingan tersebut terdapat makna representasional dan interaktif dengan gambar yang menurut Kress dan Leeuwen

(Sinar, dalam Primi Wulan, 2017: 1110) Hal ini dilakukan melalui tiga sistem, yaitu 11 nilai informasi visual (*information value*), 5 tonjolan (*saliency*) dan 2 bingkai (*framing*).

Orang-orang memiliki kesadaran diri yang cukup tentang penggunaan media, minat, dan motif untuk memberikan para peneliti gambaran yang akurat tentang penggunaan media. Konon, postingan Gus Mus sangat berpengaruh dan efektif bagi pengikutnya di Instagram karena menggunakan metode dakwah dengan kacamata cinta (*yandzuru ilal ummah bia'ini rahmah*).

2. Penelitian I Gusti Bagus Gantih Sukmaraga (2018), Skripsi, Universitas Sanata Harma Yogyakarta, *Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Materialisme Pada Remaja*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dan materialisme pada remaja. Hipotesis penelitian ini adalah adanya hubungan yang positif dan signifikan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dan materialisme pada remaja. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 457 orang remaja yang berusia 14 sampai 24 tahun. Alat pengumpulan data yang digunakan ialah skala intensitas penggunaan media sosial Instagram dan skala materialisme. Skala intensitas penggunaan media sosial Instagram memiliki 4 item dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,885 dan skala materialisme memiliki 15 item dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,858. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji korelasi *Spearman's rho* karena persebaran data pada kedua skala bersifat tidak normal. Penelitian ini

menghasilkan $r = 0,546$ dan nilai signifikansi $p = 0,00 < 0,05$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dan materialisme pada remaja. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial Instagram, maka semakin tinggi pula materialisme pada remaja. Sebaliknya, semakin rendah intensitas penggunaan media sosial Instagram, maka materialisme pada remaja menjadi semakin rendah.

3. Hayati Mardiyah (2018), Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, *dakwah multikultural kh. ahmad mustofa bisri (gus mus)*, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Dakwah multikultural KH Mustofa Bisri di tengah kemajemukan masyarakat, di mana kemajemukan dapat melahirkan integrasi (harmoni kehidupan beragama), sebagaimana juga dapat melahirkan konflik. Proses dan metode dakwah KH Mustofa Bisri adalah proses interaksi sosial guna menyebarkan ajaran Islam yang rahmatal lil alamin untuk diimplementasikan dalam kehidupan sosial, budaya di Indonesia. Fokus penelitian ini adalah ingin melihat (1) Bagaimana konsep dan pandangan dakwah Multikultural menurut KH. Mustofa Bisri (Gus Mus) dan (2) Bagaimana metode dakwah Multikultural menurut KH. Bisri Mustofa (Gus Mus).

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Sumber data penelitiannya yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer didapatkan melalui sumber utama KH Mustofa Bisri (Gus Mus), Sedangkan data sekunder didapatkan melalui referensi-referensi yang berkaitan dengan dakwah multikultural seperti buku, jurnal dan internet. Teknik analisis data dengan cara menganalisis deskriptif yang bertujuan mengumpulkan data yang berkaitan dengan dakwah multikultural KH. Ahmad Mustofa Bisri (Gus Mus).

Konsep dan pandangan dakwah KH Mustofa Bisri (Gus Mus) tentang multikultural sangat mengakui serta menghormati eksistensi berbagai budaya dan agama yang berbeda. Dakwah multikultural yang dilakukan oleh KH Mustofa Bisri merupakan dakwah untuk menciptakan kedamaian, kenyamanan di tengah-tengah masyarakat Indonesia yang berbeda latar belakang baik etnis, budaya, agama dan suku. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa metode dakwah multikultural yang dilakukan KH Mustofa Bisri adalah dengan melalui media dakwah antara lain (1) melalui metode *dakwah bi al-kalam* seperti tulisan beliau yang ada di Facebook, Twitter, Buku, Website Mara Air, lukisan dan puisi (2) Melalui Metode *dakwah bi al-kalam/ bi al- lisan* seperti ceramah-ceramahnya Gus Mus bisa di lihat melalui chanel youtube, (3) melalui *metode bi al- hal*, hal ini bisa dilihat dari kepribadian Gus Mus yang sangat sederhana dan menyejukan sehingga bisa diterima ditengah-tengah masyarakat yang multikultural. Dakwah multikultural yang dilakuakn oleh KH. Mustofa Bisri memiliki dua model yakni (1) Pendekatan budaya sebagai solusi bagi masyarakat untuk hidup rukun dan berdampingan antar umat beragama. (2) Pendekatan sosial sebagai upaya untuk mengatasi problem-problem kemanusiaan secara bersama.

4. Adi Wibowo (2019), Jurnal, Jurnal Islam Nusantara Vol. 03 No. 02, p. 339-356 Juli - Desember 2019, *Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital*, Tulisan ini berupaya menjelaskan trend dakwah di era digital dengan penggunaan media sosial, media ini membuat banyak pendakwah tergelitik untuk menyalurkan dakwah mereka dengan memanfaatkan fasilitas internet para pendakwah milenial membuat konten-konten keIslaman yang dikemas dengan santai dalam cerita kehidupan sehari-hari serta dibumbui hal-hal lucu, strategi ini banyak menjaring jutaan penonton terbukti dalam keterangan jumlah penonton diyoutube. Dakwah adalah salah satu kegiatan yang bertujuan untuk mengajak orang lain dalam

kebaikan, mengingatkan seseorang akan hari akhir, sedangkan media dakwah adalah alat untuk mengajak orang lain kejalan yang lebih baik. Pondok pesantren an-nawawi berjan purworejo merupakan salah satu pondok yang menerapkan strategi dakwah dengan memanfaatkan media sosial seperti: Instagram dan Youtube yang dikemas dengan trend terbaru berupa gambar maupun video yang sasarannya adalah kaum milenial, hal tersebut dilakukan karena semakin maraknya akun-akun media sosial yang cenderung radikal bahkan terkontaminasi Isis yang dengan mudahnya menghukumi haram tanpa meninjau terlebih dahulu penetapan kaidah fiqh yang benar.

Penelitian ini menggunakan studi kasus terhadap respon mahasiswa-mahasiswi, yang nyantri dipondok pesantren an-nawawi berjan purworejo terhadap pesan dakwah yang terkandungdalam konten-konten media sosial Instagram facebook, twitter maupun Youtube Pondok pesantren An Nawawi berjan Purworejo.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada obyek penelitiannya, dimana penulis akan mengkaji dakwahnya Gus Mus menggunakan media sisoal dan peningkatan pemahaman keagamaan Mahasiswa, sedangkan pada penelitian sebelumnya tidak menggunakan obyek penelitian yang serupa.

BAB II KERANGKA TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Pengertian Dakwah

Secara etimologis, kata “dakwah” berasal dari bahasa Arab yang artinya: seruan, ajakan, dan himbauan. Sedangkan dalam tata bahasa arab kata dakwah merupakan bentuk isim masdar yang berasal dari kata kerja : دعا, يدعو, دعوة artinya: memanggil, menyeru, mengajak. Dalam pengertian integralistik, dakwah adalah proses yang terus menerus dilakukan oleh para pengemban dakwah untuk mengubah tujuan dakwah agar siap memasuki jalan Allah dan secara bertahap menuju kehidupan yang islami. Dalam dunia dakwah, orang yang berdakwah biasa disebut da'i, dan orang yang menerima dakwah atau orang yang berdakwah disebut mad'u.

Dalam pengertian istilah dakwah diartikan sebagai berikut:

- a. Prof Toha Yahya Oemar menjelaskan bahwa Dakwah Islam adalah upaya bijak mengajak manusia ke jalan yang benar sesuai dengan perintah Allah untuk kemaslahatan dunia dan akhirat.
- b. Syaikh Ali Makhfudz dalam bukunya Hidayatul Mursyidin memberikan definisi Dakwah sebagai berikut: Dakwah Islam, yaitu; mendorong manusia untuk berbuat kebaikan dan mengikuti petunjuk (hidayah), menyeru mereka untuk berbuat kebaikan dan mencegah kejahatan, sehingga mereka dapat menemukan kebahagiaan di dunia dan akhirat.
- c. Hamzah Ya'qub mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak manusia dengan hikmah (kebijaksanaan) untuk mengikuti petunjuk Allah dan Rasul-Nya.
- d. Menurut Prof.Dr. Hamka adalah dakwah seruan untuk menganut sikap yang pada dasarnya berkonotasi positif dengan substansi yang terkandung dalam kegiatan amar ma'ruf nahi munkar.

- e. Syekh Muhammad Abduh mengatakan bahwa dakwah mengajak kepada kebaikan dan mencegah keburukan merupakan kewajiban yang wajib bagi setiap muslim.

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan secara singkat bahwa dakwah adalah kegiatan yang dilakukan oleh pemberi informasi (da'i) untuk menyampaikan informasi tentang kebaikan dan mencegah keburukan kepada pendengar (mad'u). Kegiatan tersebut dapat melalui telepon, undangan, atau kegiatan persuasif lainnya. Dakwah menjadikan perilaku umat Islam dalam mengamalkan Islam sebagai agama rahmatan lil'alamin untuk diwartakan kepada seluruh umat, yang meliputi unsur-unsur di dalamnya: da'i (materi), maaddah (materi), thoriqoh (metode), wasilah (media) dan mad'u (objek) dalam mencapai maqashid (tujuan) dakwah, yang berkaitan dengan tujuan Islam, yaitu mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.

Islam sebagai agama penerus risalah para nabi sebelumnya, khususnya agama-agama ketuhanan seperti Yudaisme dan Kristen. Islam diturunkan karena adanya distorsi ajaran agama, baik karena hilangnya sumber ajaran agama sebelumnya maupun perubahan yang dilakukan oleh pemeluknya. Dalam agama Kristen, misalnya, kitab suci yang asli belum ditemukan. Berbicara tentang dakwah berarti berbicara tentang komunikasi, karena komunikasi merupakan kegiatan yang bersifat informatif, yaitu agar orang lain mengerti, mengetahui dan melakukan kegiatan persuasif yaitu agar orang lain mau menerima suatu pengertian atau suatu keyakinan, suatu pengertian atau suatu keyakinan. Menjalankan suatu keyakinan, melaksanakan suatu kegiatan atau perbuatan, dan sebagainya. Aneka ragam. Keduanya (dakwah dan komunikasi) merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan.

Dakwah adalah komunikasi, tetapi komunikasi belum tentu dakwah, sedangkan perbedaannya terletak pada isi dan arah kegiatan dakwah dan kegiatan komunikasi. Dalam komunikasi, isi pesan umum

juga dapat berupa ajaran agama, sedangkan orientasi pesan ditujukan untuk mencapai tujuan komunikasi itu sendiri, yaitu terciptanya efek dan hasil berupa perubahan tujuan. Dalam dakwah, pesannya jelas berupa ajaran Islam dan orientasinya adalah menggunakan metode yang benar sesuai standar Islam. Dakwah adalah transmisi ajaran Islam dari seorang pendakwah kepada umat manusia karena di dalamnya terjadi proses komunikasi.

2. Media Sosial

Kaplan dan Haenlein (dalam Kaplan & Haenlein, 2014) mendefinisikan media sosial sebagai sekelompok aplikasi berbasis Internet yang dibangun di atas fondasi ideologis dan teknologi "Web 2.0" yang memberikan izin kepada pengguna untuk membuat dan berbagi konten yang dihasilkan. Istilah media sosial mengacu pada jangkauan yang lebih luas dari layanan berbasis internet dan seluler yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi dalam pertukaran online, menyediakan (konten yang dibuat pengguna) dan bergabung dengan komunitas online (Dewing, 2012). Selain itu, Baruah (2012) menyatakan bahwa istilah media sosial mengacu pada penggunaan media berbasis jaringan dan teknologi seluler untuk mengubah komunikasi menuju dialog interaktif.

Prinsip inti media sosial menurut Osterrieder (2013) membaca dalam kemampuannya untuk berbagi konten dengan orang lain. Beberapa jenis konten termasuk pembaruan status pendek dan panjang, gambar, dan dokumen audio atau video.

Oleh karena itu peneliti menyimpulkan bahwa media sosial adalah layanan berbasis internet dan mobile berbasis teknologi "Web 2.0" yang memungkinkan pengguna untuk berbagi berbagai konten seperti gambar, video dan status pendek atau panjang secara online, sehingga timbul komunikasi yang mengarah ke dialog interaktif.

Berkaitan dengan karakteristik media sosial, Mayfield (2008) memahami media sosial sebagai sekelompok jenis media online baru yang menunjukkan sebagian besar atau semua karakteristik, termasuk yang berikut:

- a) Partisipasi, khususnya media sosial, mendorong kontribusi atau tanggapan dari semua pihak yang berkepentingan dan dapat mengaburkan batas antara media dan khalayaknya.
- b) Keterbukaan berarti bahwa sebagian besar layanan media sosial terbuka untuk umpan balik dan partisipasi dengan memilih, berkomentar, dan berbagi informasi. Mereka tidak membatasi penggunaannya untuk membuka dan menggunakan konten di media ini.
- c) Percakapan di mana media tradisional hanya berfokus pada siaran (konten yang dikirim atau didistribusikan ke pengguna), media sosial dipandang sebagai percakapan dua arah.
- d) Komunitas, yaitu media sosial, mendorong cepatnya pembentukan komunitas dan dapat berkomunikasi dengan lebih efektif. Komunitas tersebut memiliki minat yang sama, seperti kecintaan terhadap fotografi, isu politik, atau acara TV favorit.
- e) Keterhubungan yaitu sebagian besar media sosial berkembang melalui keterhubungannya, memanfaatkan hubungan dengan situs, sumber, dan orang lain.

Berkaitan dengan jenis dari media sosial, Dewing (2012) menunjukkan bahwa saat ini beberapa kategori di situs web melampaui definisi utama, memungkinkan situs web untuk dikategorikan ke dalam berbagai jenis media sosial. Salah satunya adalah situs Instagram yang tergolong situs media berbagi dan juga situs jejaring sosial karena aplikasi ini tidak hanya dapat membagikan video dan foto penggunanya tetapi juga dapat mengikuti orang lain (Dewing, 2012).

3. Media Sosial Sebagai Pelantara Pesan Dakwah

Dakwah di era milenial sangat perlu memanfaatkan media khususnya media baru. Perkembangan teknologi komunikasi telah mengubah cara orang berkomunikasi. Saat ini hampir semua orang menggunakan Internet untuk mengirim, mencari, dan membaca informasi. Kebanyakan dari mereka berinteraksi melalui media sosial daripada komunikasi langsung. Hal ini sangat mungkin, setidaknya dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi serta kecenderungan masyarakat milenial yang sangat bergantung pada media. Terkait dakwah, peran media sangat strategis dalam upaya penyampaian pesan dakwah.

Media dapat menembus batas ruang dan waktu. Ini berarti bahwa komunikasi juga dimungkinkan dengan panggilan jarak jauh. Selain itu, media juga memberikan kecepatan waktu untuk memberikan berbagai informasi. Media saat ini berkembang pesat. Dulu, media elektronik seperti televisi dan radio menjadi pilihan utama untuk mencari informasi. Keuntungannya adalah pengiriman pesan suara dan gambar. Kini kenyataan itu mulai bergeser. Publik tidak lagi fokus pada media elektronik sebagai sumber informasi. Sebaliknya, gairahnya saat ini telah bergeser ke media baru (Internet).

Perkembangan media baru sebenarnya mengacu pada perubahan proses produksi, distribusi, dan penggunaan media. Media baru tidak lepas dari aspek digitalitas, interaktivitas, hipertekstualitas, distribusi dan virtualitas. Dalam konsep digitalitas, semua operasi media digital diubah (disimpan) dalam angka sehingga keluarannya diubah dalam bentuk sumber online, disket digital atau drive penyimpanan dan di layar atau dalam bentuk "*hard copy*". Konsep interaktivitas mengacu pada kemampuan teks di media baru untuk memungkinkan pengguna menulis kembali ke dalam teks. Sementara itu, konsep penyebaran media baru lebih pada proses desentralisasi produksi dan penyebaran media yang

bertumpu pada aktivitas individu (*highly individualized*). Perbatasan media baru sering disamakan dengan media digital, yang dalam konteks dan konsep budaya kontemporer dari praktik media seharusnya media baru dan bukan seperangkat teknologi itu sendiri (medium).

Media sosial merupakan media yang dapat meningkatkan interaksi sosial antar manusia, misalnya melalui beberapa jejaring sosial, namun tetap sesuai dengan kaidah dan norma kesopanan. Media baru yang paling populer saat ini adalah ponsel atau smartphone. Saat ini, ponsel merupakan kebutuhan yang sangat penting dan bahkan sangat diperlukan bagi sebagian besar orang. Karena perkembangan teknologi handphone tidak hanya digunakan untuk media komunikasi seperti sms atau telepon. Sekarang ponsel yang menawarkan fitur untuk berselancar, mengobrol, dan lainnya.

Media sosial merupakan pengembangan kembali dari media yang digunakan oleh manusia. Karakternya sebagai bentuk digital tentu memudahkan pertukaran informasi dan berbagai aktivitas lainnya. Era milenial menuntut kecepatan dan kemudahan akses informasi. Sedangkan dakwah belum sepenuhnya memanfaatkan ragam media yang terus berkembang. Untuk itu perlu dioptimalkan komunikasi dakwah melalui pemanfaatan media baru khususnya media sosial, mengingat segmentasi mad'u sangat kompleks jika dilihat dari berbagai sisi. Tulisan ini bertujuan untuk menggali bagaimana mengoptimalkan komunikasi dakwah melalui media sosial dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ditawarkan.

Perkembangan media sosial saat ini semakin pesat. Hampir setiap orang memiliki akun media sosial. Karena bisa diakses kapan saja dan dimana saja tanpa harus mengeluarkan banyak biaya. Cukup gunakan ponsel yang terhubung dengan internet. Jika memiliki media tradisional seperti televisi, radio atau koran membutuhkan banyak modal dan banyak tenaga, maka media sosial berbeda. Seorang pengguna media sosial dapat mengakses media sosial dengan jaringan internet, meskipun aksesnya

lambat, tanpa banyak biaya, tanpa alat yang mahal dan sendirian tanpa bantuan lain. Pengguna media sosial dapat dengan bebas mengedit, menambah, dan mengubah teks serta gambar, video, grafik, dan berbagai model konten lainnya.

Berbicara di media sosial tidak terlepas dari manfaat yang memudahkan berbagi ide, berkolaborasi dan membangun komunitas. Selain karena kecepatan informasi dapat diakses dalam hitungan detik, alasan media sosial berkembang pesat adalah karena media sosial adalah tentang menjadi diri sendiri. Tak terkecuali, keinginan untuk realisasi diri dan kebutuhan untuk menciptakan personal branding.

Media sosial adalah sarana yang diciptakan untuk memfasilitasi interaksi sosial dan komunikasi dua arah. Dengan segala kemudahan yang ditawarkan media sosial, penyebaran informasi dari satu orang ke orang lain menjadi sangat mudah. Jadi, media sosial adalah media online dimana penggunanya dapat saling berinteraksi melalui blog, jejaring sosial, forum dan dunia maya. Blog dan jejaring sosial adalah bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh orang-orang di seluruh dunia. Media sosial digunakan untuk bersosialisasi, dan dilakukan secara online, yang memungkinkan orang untuk berinteraksi satu sama lain tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.

4. Pengertian Intensitas

Dalam Kamus Psikologi, *intensity* (intensitas) diartikan sebagai besarnya kekuatan dari suatu perilaku yang ditunjukkan (Reber & Reber, 2010). Sejalan dengan hal itu, Kartono dan Gulo (2000) menyatakan bahwa intensitas mengacu pada kekuatan perilaku atau jumlah energi fisik yang dibutuhkan untuk merangsang rasa atau indera. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, intensitas diartikan sebagai keadaan atau ukuran intensitas (Depdiknas, 2011). Selanjutnya kata guna berasal dari kata guna yang diartikan sebagai suatu proses, cara, perbuatan menggunakan sesuatu atau pemakaian (Depdiknas, 2011). Oleh karena itu, dapat dilihat bahwa

intensitas penggunaan adalah ukuran kekuatan perilaku berdasarkan tingkat penggunaan tertentu.

Tubbs dan Moss (1983) menyatakan bahwa intensitas dipengaruhi oleh waktu yang dihabiskan untuk melakukan sesuatu. Lamanya waktu dapat diperiksa berdasarkan lamanya waktu yang dihabiskan orang tersebut untuk melakukan aktivitas dan frekuensi aktivitas tersebut dilakukan (Tubb & Moss dalam Nurjan, Tjahjono, & Yamin, 2016). Sejalan dengan itu, Andarwati dan Sankarto (2005) juga menyatakan bahwa intensitas ditinjau berdasarkan lamanya waktu yang dibutuhkan serta frekuensi dari pengulangan perilaku tersebut. Selain itu pula, Putri, Erlyani, dan Mayangsari (2016) juga setuju bahwa intensitas ditinjau berdasarkan frekuensi dan durasi. Frekuensi adalah frekuensi atau banyaknya penggunaan sesuatu dalam jangka waktu tertentu, sedangkan durasi adalah berapa lama orang melakukan suatu kegiatan (Depdiknas, 2011). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa intensitas merupakan besarnya kekuatan perilaku yang ditinjau berdasarkan tingkatan pengulangan perilaku (frekuensi) dan lamanya waktu yang dihabiskan (durasi) saat menggunakan sesuatu.

Dalam jurnalnya Arsyana (2013: vol. 2 hal. 74) Nuraini menyatakan intensitas memiliki beberapa indikator sebagai berikut:

a. Motivasi

Pengertian dasar motivasi adalah suatu keadaan dalam diri manusia baik organisasi fisiologis maupun psikologis internal yang mendorongnya untuk melakukan sesuatu. Di sini, motivasi berarti berperilaku dengan tujuan sebagai pemberi kekuasaan.

b. Durasi

Durasi aktivitas kegiatan menunjukkan berapa lama pengguna dapat melakukan aktivitas. Dapat dipahami bahwa motivasi terlihat

pada indikator kemampuan seseorang dalam menggunakan waktunya untuk melakukan aktivitas.

c. Frekuensi kegiatan

Frekuensi dapat diartikan sebagai kekerapan atau lebih jarang, frekuensi yang dimaksud adalah frekuensi aktivitas yang dilakukan selama periode waktu tertentu.

d. Presentasi

Presentasi yang dimaksud adalah semangat, keinginan atau tekad yang meliputi niat, rencana, cita-cita atau tujuan cita-cita dan idola yang ingin dicapai dengan kegiatan yang dilakukan.

e. Arah sikap

Sikap adalah kesediaan seseorang untuk bertindak dengan cara tertentu dalam menghadapi hal-hal yang positif atau negatif. Dalam bentuk negatifnya, ada kecenderungan untuk menghindari, menjauhi, membenci, atau bahkan menolak objek tertentu. Sedangkan dalam bentuk positifnya kecenderungan tindakan adalah mencintai, mendekati dan mengharapkan objek tertentu.

f. Minat

Minat muncul ketika seseorang tertarik pada sesuatu karena sesuai dengan kebutuhannya atau karena merasa bahwa sesuatu yang akan diikutinya berarti mempunyai makna bagi dirinya. Minat berkaitan erat dengan kepribadian dan selalu mengandung unsur afektif, kognitif, dan kehendak. Ini menyampaikan pemahaman bahwa seseorang tertarik pada suatu objek dan terus-menerus merawatnya sampai pengalaman psikis mereka diabaikan.

5. Pemahaman Keagamaan

a. Pengertian Pemahaman Keagamaan

Secara etimologi pemahaman berasal dari kata paham yang diberi awalan *pe* dan akhiran *an*. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia pemahaman adalah proses, perbuatan, cara memahami atau memahamkan (Tim Penyusun, 1988: 636). Pemahaman menurut Purwadarminta (1984: 116) diartikan sebagai proses, pembuatan, membuat paham, cara memahami, atau memahamkan. Sedangkan menurut Arikunto (1995:135), mengatakan pemahaman adalah mempertahankan, membedakan, menduga, menerangkan, memperluas, menyimpulkan, menggeneralisir, memberi contoh, menulis kembali dan memperkirakan. Sedangkan menurut Sudjiono (1996:15) Pemahaman adalah kemampuan seseorang untuk memahami sesuatu setelah sesuatu diketahui dan diingat. Dengan kata lain, memahami berarti mengetahui sesuatu dan mampu melihatnya dari sudut pandang yang berbeda. Pemahaman adalah tingkat kemampuan berpikir yang berada pada tingkat yang lebih tinggi dari memori ingatan dan hafalan.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa pengertian pemahaman adalah suatu kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menafsirkan atau menerjemahkan sesuatu dengan caranya sendiri. Mereka dapat menginterpretasikan apa yang mereka peroleh dari pengetahuan yang mereka terima. Jadi suatu pemahaman yang memiliki tingkat kemampuan yang lebih tinggi dari hafalan atau daya ingat.

Menurut Nana Sudjana yang dikutip oleh Lutfiah Nur Aini, menyatakan bahwa pemahaman dapat dibedakan kedalam 3 kategori, yaitu tingkat terendah adalah pemahaman terjemahan, mulai dari penerjemahan dalam arti sebenarnya, mengartikan dan menerapkan prinsip-prinsip. Tingkat kedua adalah pemahaman penafsiran, yaitu menghubungkan bagian-bagian terendah dengan yang diketahui berikutnya atau menghubungkan beberapa bagian grafik dengan kejadian, membedakan yang pokok dengan yang tidak pokok. Tingkat ketiga merupakan tingkat pemaknaan ekstrapolasi (Aini, 2011: vol. 1 No.1).

Maddah atau materi dakwah adalah pesan (message) yang dibawakan oleh subyek dakwah untuk diberikan atau disampaikan kepada obyek dakwah, yaitu keseluruhan ajaran islam yang ada didalam Kitabullah maupun Sunah Rasul-Nya (Enjang, 2009: 89). Keagamaan berasal dari kata agama dengan mendapat awalan ke- dan akhiran -an sehingga membentuk kata baru yaitu keagamaan. Kata agama sendiri berarti ajaran, sistem yang mengatur tata keimanan (kepercayaan) dan peribadatan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, serta tata kaidah yang berhubungan dengan pergaulan manusia dan manusia serta lingkungannya (Kemdikbud, 2013).

Agama adalah ajaran yang diyakini mengatur kepercayaan atau kepercayaan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang mengikat setiap tindakan dan perilaku. dalam hal ini pemahaman keagamaan masyarakat, yang nantinya dapat membawa dirinya tidak terjerumus ke dalam kehidupan yang jauh dari Tuhan. Struktur keagamaan meliputi struktur aktif, konotatif, kognitif, dan motorik. Fungsi aktif dan konotatif dapat dilihat dari pengalaman ketuhanan, perasaan religius dan kerinduan kepada Tuhan, fungsi motorik terlihat pada tindakan dan gerak perilaku beragama, sedangkan fungsi kognitif tercermin dalam sistem kepercayaan pada ketuhanan dalam kehidupan sehari-hari (Ahyadi, 2001: 57). Jadi pemahaman materi keagamaan adalah kemampuan untuk mengerti dengan jelas dalam pribadi seseorang, tentang materi atau pesan yang disampaikan da'i yang berkenaan dengan pengalaman, kepercayaan, dan pemikiran, serta mendorong seseorang untuk melakukan kepasrahan kepada Tujuan dengan tingkah laku moral dan aktivitas lainnya.

b. Tingkatan-tingkatan dalam Pemahaman

Menurut Bloom, kemampuan pemahaman berdasarkan tingkat kepekaan dan derajat penyerapan materi dapat dibagi kedalam tiga tingkatan (Sunaryo, 2012: 44) yaitu:

1) Menerjemahkan (*translation*)

Penerjemahan diartikan sebagai pemindahan makna dari satu bahasa ke bahasa lain sesuai dengan pemahaman yang diperoleh dari konsep tersebut. Bisa juga dimaknai dari konsepsi abstrak menjadi model simbolik agar lebih mudah dipahami orang. Dengan kata lain, menerjemahkan berarti mampu memahami makna yang terkandung. Misalnya menerjemahkan dari bahasa Inggris ke bahasa Indonesia, menafsirkan Bhineka Tunggal Ika, menafsirkan suatu istilah dan sebagainya

2) Menafsirkan (*interpretation*)

Kemampuan ini lebih komprehensif daripada penerjemahan, kemampuan mengenali dan memahami ini. Menafsirkan dapat dilakukan dengan menggabungkan pengetahuan sebelumnya dengan pengetahuan lain yang diperoleh kemudian. Misalnya: hubungkan grafik dengan kondisi aktual yang dijelaskan dan bedakan antara esensial dan insidental dalam diskusi.

3) Mengeksplorasi (*extrapolation*)

Ekstrapolasi membutuhkan kemampuan intelektual yang lebih tinggi karena seseorang harus mampu melihat makna lain dari apa yang tertulis. Menilai konsekuensi atau memperluas persepsi terkait waktu, dimensi, kasus, atau masalah.

Ketiga tingkatam pemahaman terkadang sulit dibedakan, hal ini tergantung dari isi materi dakwah yang dipelajari. Dalam proses pemahaman, seseorang akan melewati ketiga tingkatan secara beruntun.

c. Evaluasi Pemahaman

Partisipasi dalam pengajian merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan pemahaman materi keagamaan. Dan untuk mengukur

pemahaman materi agama memerlukan evaluasi. Menurut tim Disdiknas, evaluasi adalah serangkaian kegiatan untuk memperoleh, menganalisis, dan menafsirkan data proses dan hasil pembelajaran, yang dilakukan secara sistematis dan berkesinambungan sehingga menjadi informasi yang bermakna bagi pengambilan keputusan (Sukiman, 2012 : 4). Penilaian pada proses menjadi hal yang seharusnya diprioritaskan dari pada hasil, maka evaluasi hasil belajar memiliki sasaran ranah- ranah yang terkandung dalam tujuan yang diklasifikasikan menjadi tiga ranah (Dimiyati dkk, 1999: 201), yaitu:

1) Ranah Afektif (*Affective Domain*)

Berisis perilaku-perilaku yang menekankan aspek perasaan dan emosi, seperti nilai-nilai, apresepsi, dan cara penyesuaian diri.

2) Ranah Kognitif (*Cognitive Domain*)

Mencakup perilaku yang menekankan pada aspek intelektual yang berkaitan dengan ingatan atau pengenalan pengetahuan dan informasi serta pengembangan kemampuan intelektual. Menurut taksonomi Bloom, ada enam tingkatan klasifikasi domain kognitif, yaitu: pengetahuan (*knowledge*), pemahaman (*comprehension*), aplikasi (*application*), analisis (*analysis*), sintesis (*sintesis*), evaluasi (*evaluation*).

3) Ranah Psikomotor (*Psychomotor Domain*)

Berisi perilaku-perilaku yang menekankan aspek keterampilan motorik seperti tulisan tangan, mengetik, berenang dan mengoperasikan mesin.

d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemahaman

1) Faktor Intern

Perkembangan agama masyarakat senantiasa bersamaan dengan pertumbuhan kepribadian yaitu sejak lahir bahkan mulai dari kandungan. Secara garis besar faktor-faktor yang berhubungan dengan perkembangan pemahaman materi keagamaan menurut Syafaat (2008: 24) adalah sebagai berikut;

a) Faktor Hereditas

Yaitu pemahaman materi keagamaan bukan secara langsung bawaan sejak lahir atau turun temurun tetapi terbentuk dari berbagai unsur kejiwaan.

b) Tingkat Usia

Perkembangan jiwa agama senantiasa berkembang sesuai dengan tingkat usia dan kematangan pribadi. Usia berpengaruh pada pemahaman keagamaan sehingga setelah menginjak usia dewasa akan lebih berpengaruh pada kematangan pemahaman agamanya.

c) Kepribadian

Kepribadian terbentuk dari dua unsur yaitu hereditas dan pengaruh lingkungan. Pemahaman keagamaan terbentuk sesuai dengan kepribadian seseorang. Jiwa keagamaan berkembang sesuai dengan pribadi yang dimilikinya.

d) Kondisi Kejiwaan

Kondisi jiwa seseorang berhubungan dengan pandangannya terhadap agama, seseorang yang mengidap Schizopernia akan mengisolasi diri dari kehidupan sosial serta persepsinya tentang agama akan dipengaruhi oleh berbagai halusinasi. Berbeda dengan orang yang normal, ia akan memandang agama secara sadar dan dapat berfikir sehat.

2) Faktor Ekstern

Faktor ekstern juga berhubungan dalam perkembangan pemahaman materi keagamaan seseorang yang dapat dilihat dari lingkungan tempat tinggalnya. Pada umumnya terdapat tiga bagian lingkungan yaitu sebagai berikut:

a) Lingkungan Keluarga

Keluarga merupakan peletak dasar pemahaman keagamaan anak. Orang tua diharapkan mampu mengarahkan, mendidik dan menanamkan nilai-nilai ajaran Islam. Sehingga kehidupan anak nantinya sesuai dengan ajaran agama Islam.

b) Lingkungan Institusional

Lingkungan institusional yang berhubungan dengan perkembangan jiwa keagamaan dapat berupa institusi formal seperti sekolah ataupun non formal seperti berbagai perkumpulan dan organisasi.

c) Lingkungan Masyarakat

Lingkungan masyarakat berhubungan dengan pemahaman materi keagamaan dimana mereka bergaul bersama masyarakat sekitar. Di dalam hidup bermasyarakat seseorang secara tidak sengaja akan mengikuti kebiasaan-kebiasaan yang sering dilakukan masyarakat sekitarnya.

Adapun lingkungan masyarakat yang mempunyai hubungan dengan perkembangan jiwa keagamaan dapat dibedakan menjadi tiga kelompok, yaitu:

1) lingkungan yang acuh tak acuh terhadap agama, masyarakat seperti ini menganggap bahwa persoalan agama adalah tanggung jawab pribadi masing-masing.

2) Lingkungan yang berpegang teguh pada tradisi agama tetapi tanpa keinsafan batin, biasanya lingkungan yang demikian menghasilkan anak- anak beragama yang secara tradisional tanpa kritik, atau dia beragama secara kebetulan.

3) Lingkungan yang mempunyai tradisi agama yang sadar dan hidup dalam lingkungan agama (Zuhairini dkk, 2009: 175).

e. Ruang Lingkup Pemahaman Keagamaan

Pemahaman keagamaan mempunyai empat dimensi yang perlu dikembangkan di kalangan umat Islam terhadap pesan-pesan agama Islam (Hasan, 2005: 119- 121) :

- 1) Memahami Islam sebagai pemberi norma dan hukum
Dalam Islam hukum-hukum yang berkembang ada dua kategori, yakni hukum batu (*tsabit*), dan hukum yang dapat berubah (*mutaghoyir*).
- 2) Memahami Islam sebagai bentuk solidaritas
Hal ini penting dalam mengembangkan konsep *ummah*. tentunya solidaritas yang akan diperlukan bukan semata-mata bersifat teoritik, tetapi lebih bersifat fungsional dan realistik.
- 3) Memahami Islam sebagai sistem interpretasi terhadap realitas
Bagaimana dapat memahami realitas yang dihadapi tanpa komitmen terhadap nilai-nilai keislaman dalam menafsirkan keadaan nyata yang dihadapi. Bagaimana sikap islam terhadap kemiskinan, kebodohan dan kemajuan teknologi.
- 4) Memahami Islam sebagai instrumen pemecah masalah
Pemecahan-pemecahan yang demikian secara utuh harus ditingkatkan menjadi *basic philosophy* dan di internalisasikan menjadi sikap dan watak manusia muslim.

Pada pelaksanaannya, materi keagamaan merupakan gejala yang terbentuk dari berbagai unsur, yang paling berkaitan untuk melahirkan suatu kesatuan pengalaman beragama. Unsur-unsur berasal dari Tuhan menurunkan petunjuk-Nya dalam wujud Al- Qur'an dan Sunnah serta sampai manusia yang memberikan tanggapan berupa pikiran, perbuatan, kehidupan sosial yang menjangkau seluruh segi kehidupan.

6. Hubungan antara Intensitas mengikuti Dakwah melalui media sosial dengan pemahaman keagamaan

Berpartisipasi aktif dan teratur dalam mengikuti kajian Dakwah, baik offline maupun online, merupakan salah satu cara untuk meningkatkan pemahaman seseorang terhadap materi agama, karena melalui kegiatan tersebut seseorang akan memperoleh pengetahuan materi agama. Dalam satu lingkungan, studi agama memainkan peran yang sangat penting dalam membentuk perilaku masyarakat setempat. Kajian agama dilaksanakan dengan mengikuti tuntunan bahwa agama diajarkan kepada manusia dengan visi untuk menciptakan manusia yang bertaqwa kepada Allah SWT dan berakhlak mulia serta bertujuan jujur, adil, berbudi luhur, etis, saling menghormati, disiplin, rukun, dan saling menghormati. orang baik. pribadi dan sosial.

Pada hakikatnya, pengajian atau ceramah agama mengajak dan menyeru umat beragama ke jalan yang benar, sesuai dengan ajaran agamanya masing-masing, untuk meningkatkan ketakwaan kepada Allah SWT dan untuk kebahagiaan hidup dan jiwa (Syukir, 1983:105). Pada dasarnya pemahaman materi keagamaan seseorang dipengaruhi oleh dua faktor. Faktor internal, serta faktor eksternal yang mempengaruhi pemahaman keagamaan seseorang selain sifatnya sendiri (faktor internal), pemahaman agama juga dipengaruhi oleh keluarga, masyarakat, dan lingkungan sekolah atau pekerjaan (faktor eksternal). Jadi ketika seseorang memahami materi agama, itu adalah hasil dari faktor bawaan dan pengalaman keagamaan.

Namun, kajian agama mengacu pada pemahaman materi keagamaan masyarakat. Dalam hal ini dapat juga dikatakan bahwa intensitas adalah suatu ukuran. Namun besar kecilnya hubungan tersebut sangat tergantung pada berbagai faktor yang memotivasi masyarakat untuk memahami nilai-nilai agama. Oleh karena itu, studi agama lebih menitikberatkan pada bagaimana membentuk kebiasaan-kebiasaan yang memenuhi syarat-syarat agama (Jalaluddin, 2005: 232). Saat ini, mengikuti ajaran agama sangat penting untuk kelangsungan hidup masyarakat. Kegiatan keagamaan dan praktik keagamaan yang diikuti secara teratur dan Istiqomah dapat menciptakan pemahaman yang benar tentang materi agama sesuai dengan ajaran agama Islam.

Penjelasan diatas dapat memberikan pengetahuan bahwa dengan adanya pengajian-pengajian agama yang diikuti masyarakat banyak dapat membentuk kebiasaan-kebiasaan yang apabila dilakukan secara berulang-ulang dan intens akan membentuk akhlaq mulia bagi masyarakat.

7. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan hanya berdasarkan teori yang relevan, belum berdasarkan fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis atas rumusan masalah penelitian, belum merupakan jawaban empiris dengan data (Sugiono, 2013: 96). Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut ini :

Ho : Tidak ada Hubungan antara Intensitas mengikuti dakwah Gus Mus di media sosial dengan pemahaman keagamaan Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Ha : Ada Hubungan antara Intensitas mengikuti dakwah Gus Mus di media sosial dengan pemahaman keagamaan Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan faktor penting dan faktor keberhasilan suatu penelitian, karena merupakan masalah besar dalam pelaksanaan pengumpulan data yang sangat dibutuhkan dalam penelitian. Desain penelitian ini berbentuk penelitian lapangan atau field research, dengan data informasi penelitian ini diperoleh dari kegiatan penelitian lapangan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, selain itu penulis juga memperkaya dengan statistik deskriptif tentang masing-masing.

Variabel penelitian yaitu tingkat intensitas mengikuti dakwah Gus Mus melalui media sosial (X) dan tingkat pemahaman keagamaan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang (Y). Sedangkan statistik inferensial parametrik digunakan untuk mengetahui besarnya hubungan variabel intensitas mengikuti dakwah Gus Mus melalui media sosial (X) dengan variabel pemahaman keagamaan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang (Y) dan digunakan untuk menguji hipotesis.

Penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu intensitas mengikuti dakwah Gus Mus melalui media sosial (variabel X) dan pemahaman keagamaan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang (variabel Y). Untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan penelitian, peneliti mempergunakan metode utama berupa angket, sedangkan untuk observasi dokumentasi dan wawancara digunakan untuk mendukung metode utama tersebut.

B. Identifikasi Variabel-variabel Penelitian

- a. Tingkat Intensitas Mengikuti dakwah Gus Mus di media sosial (X).
- b. Tingkat Pemahaman keagamaan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang (Y).

C. Definisi Operasional

1. Intensitas Mengikuti Dakwah Gus Mus di Media Sosial

Dakwah merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh informan (da'i) untuk menyampaikan informasi kepada pendengar (mad'u) mengenai kebaikan dan mencegah keburukan. Aktivitas tersebut dapat dilakukan dengan menyeru, mengajak atau kegiatan persuasif lainnya, yang dalam prosesnya melibatkan unsur: da'i (subyek), maaddah (materi), thoriqoh (metode), wasilah (media) dan mad'u (objek) dalam mencapai maqashid (tujuan) dakwah yang melekat dengan tujuan Islam yaitu mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat. Media sosial merupakan layanan berbasis internet dan *mobile* yang dibangun melalui teknologi "Web 2.0" yang memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai pertukaran konten diantaranya berupa gambar, video, serta status singkat maupun lebih panjang secara *online*, sehingga memunculkan komunikasi yang mengarah pada dialog interaktif.

Pada penelitian ini media social merupakan media atau perantara dakwahnya Gus Mus agar bisa menjangkau seluruh lapisan masyarakat tidak terhalang waktu dan tempat bagi khalayak yang mempunyai minat untuk mengetahui pemikiran, ide atau muthatalaah kajian keilmuan ke-Islaman dan kebangsaan. Adapun media social yang diteliti adalah; Facebook, Twitter, Instagram dan youtube. Adapun intensitas mahasiswa dalam mengikuti dakwahnya Gus Mus melalui media social dalam skripsi ini adalah tingkat minat (keseringan) mengikuti postingan-postingan dakwahnya Gus Mus yang di upload melalui media social : Facebook, Twitter, Instagram dan youtube.

Tubbs dan Moss (1983) menyatakan bahwa intensitas dipengaruhi oleh jumlah waktu yang dihabiskan untuk melakukan sesuatu. Jumlah waktu tersebut dapat ditinjau berdasarkan durasi yang dihabiskan saat individu melakukan aktivitas serta frekuensi yang dilakukan dalam aktivitas tersebut (Tubb & Moss dalam Nurjan,

Tjahjono, & Yamin, 2016). Sejalan dengan itu, Andarwati dan Sankarto (2005) juga menyatakan bahwa intensitas ditinjau berdasarkan lamanya waktu yang dibutuhkan serta frekuensi dari pengulangan perilaku tersebut. Dengan demikian indikator intensitas yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu:

- 1) Durasi
- 2) Frekuensi

2. Pemahaman Keagamaan

Pemahaman adalah proses, cara perbuatan memahami atau memahamkan. Menurut Bloom, “pemahaman merupakan kemampuan untuk memahami apa yang sedang dikomunikasikan dan mampu mengimplementasikan ide tanpa harus dengan yang lain, dan juga tanpa harus melihat ide itu secara mendalam” (Rosyada, 2004: 69). Pemahaman atau *comprehension* juga dapat diartikan menguasai sesuatu dengan pikiran (Sardiman, 2003: 42). Seseorang dikatakan paham apabila seseorang itu mengetahui tentang sesuatu dan dapat melihatnya dari berbagai segi, karena pemahaman merupakan jenjang kemampuan berpikir yang setingkat lebih tinggi dari ingatan dan hafalan (Sudjiono, 1996: 50) Keagamaan berasal dari kata agama yang memiliki pengertian segenap kepercayaan (kepada Tuhan) serta dengan ajaran kebaktian dan kewajiban-kewajiban yang diberikan dengan kepercayaan itu (Poerwodarminto, 1970:18). Jadi keagamaan adalah ajaran-ajaran yang diyakini yang mengatur keimanan atau kepercayaan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang mengikat setiap perbuatan dan tingkah laku.

Indikator pemahaman materi keagamaan bisa dilihat dari segi kognitif. Aspek kognitif membahas tentang tujuan mencari pemahaman berkenaan dengan proses mental yang berawal dari tingkat pengetahuan sampai ke tingkat yang lebih tinggi yaitu evaluasi (Uno, 2014: 5). Pembagian aspek kognitif terdiri dari enam tingkatan, yaitu:

- 1) Pengetahuan / *knowledge*, yaitu mencakup ingatan akan hal-hal yang pernah dipelajari dan disimpan dalam ingatan.
- 2) Pemahaman / *comprehension*, yaitu kemampuan untuk mengerti atau memahami sesuatu setelah diketahui atau diingat.
- 3) Penerapan / *aplication*, yaitu kesanggupan seseorang untuk menerapkan ide-ide umum, metode dan prinsip dalam situasi yang baru.
- 4) Analisis / *analysis*, yaitu kemampuan seseorang untuk menguraikan suatu bahan atau keadaan dalam bagian-bagian yang lebih kecil dan mampu memahami hubungan diantaranya.
- 5) Sintesis / *synthesis*, yaitu kemampuan berfikir yang merupakan kebalikan dari kemampuan analisis.
- 6) Evaluasi / *evaluation*, yaitu merupakan kemampuan seseorang untuk berpendapat terhadap sesuatu yang bisa mempertanggungjawabkan pendapat tersebut (Sudaryono, 2012: 43-45).

D. Sumber dan Jenis Data

Sumber data merupakan obyek penelitian yang digunakan sebagai sumber penggalan data. Sumber data yang utama atau pokok disebut sumber data primer. Jenis data yang diperoleh adalah data primer. Sumber data pendukung atau tambahan disebut data sekunder, sedangkan jenis datanya adalah data sekunder (Tim Penyusun, 2018: 26). Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Menurut Mukhtar, data primer adalah data yang diambil langsung dari peneliti kepada sumbernya, tanpa adanya perantara (Mukhtar, 2009). Adapun sumber primernya adalah kuesioner yang ditujukan kepada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

2. Data Sekunder

Data Sekunder yaitu sumber data tidak langsung yang diperoleh atau dikumpulkan oleh seseorang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data sekunder ini disebut juga data tersedia yang diperoleh melalui laporan-laporan, dokumen-dokumen, studi kepustakaan, literatur, jurnal, internet, dan buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini. Data sekunder ini disebut juga sebagai sumber data pendukung atau tambahan (Tim Penyusun, 2014: 15).

E. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Studi atau penelitiannya juga disebut studi populasi atau studi sensus. Sedangkan sampel adalah sebagian atau wakil yang diteliti. Sebagai pedoman apabila subjeknya kurang dari 100 lebih baik diambil semuanya sehingga penelitiannya disebut populasi. Jika menggunakan Rumus Slovin (Riduwan, 2005:65) dalam pengambilan sampel penelitian kuantitatif adalah $n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$ dengan n= sampel, N= populasi, d= nilai presisi 95% atau sig. = 0,05. Tetapi jika jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10% - 15% atau 20% - 15% (Suharsimi, 2006:130).

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang sebanyak 618 mahasiswa (data mahasiswa semester genap tahun 2020/2021), dan sampel penelitian ini sebesar 10% dari jumlah populasi, maka jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 62 orang.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Metode Angket (Kuesioner)

Metode Angket yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiono, 2016: 142). Kuesioner dapat berupa pertanyaan / pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet. Kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data tentang hubungan dakwah melalui media sosial (Gus Mus) dengan peningkatan pemahaman keagamaan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Kuesioner yang dipakai dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan item tertutup. Peneliti mempersiapkan daftar pernyataan yang sudah disediakan jawaban, sehingga responden cukup memilih alternatif jawaban yang sudah disediakan sesuai dengan keadaan dirinya. Seperti metode-metode lainnya, metode kuesioner juga memiliki kelebihan dan kekurangan sebagai berikut (Hadi, 2001: 157):

- 1) Kelebihan metode kuesioner
 - Subjek adalah orang yang paling mengetahui tentang dirinya sendiri.
 - Apa yang dinyatakan subjek kepada peneliti adalah benar dan dapat dipercaya.
 - Interpretasi subjek tentang pernyataan adalah sama yang dimaksud oleh peneliti.
- 2) Kekurangan metode kuesioner
 - Adanya unsur-unsur yang tidak disadari yang tidak dapat diungkapkan.
 - Jawaban yang diberikan sangat berkemungkinan dipengaruhi oleh keinginan pribadi subjek.

- Adanya beberapa hal yang dirasanya tidak perlu untuk dinyatakan atau dikemukakan.
- Munculnya kesulitan dalam merumuskan keadaan diri subjek kedalam bahasa.
- Terdapat kecenderungan untuk mengkonstruksi secara logis unsur-unsur yang dianggap kurang berhubungan.

2. Skala Variabel

Alat yang digunakan untuk mengukur intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus melalui media sosial dalam penelitian ini melalui skala pilihan. Skala pilihan merupakan bagian dari *rating scale* atau skala penilaian. Pada skala pilihan, subjek diminta menyatakan secara langsung jawaban atau pendapat, perasaan, keyakinan, atau sikap terhadap pertanyaan atau konsep tertentu (Supratiknya, 2014). Menurut Tubb dan Moss (dalam Nurjan, Tjahjono, & Yamin, 2016) intensitas penggunaan media sosial ditinjau melalui dua aspek yaitu durasi dan frekuensi yang diukur melalui 4 item. Peneliti menanyakan berapa lama durasi yang dihabiskan individu saat menggunakan media sosial dalam seminggu dan sebulan serta berapa kali individu membuka dan menggunakan media sosial untuk membuka link dakwahnya Gus Mus baik dalam seminggu maupun sebulan.

Setiap item pada skala intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus melalui media sosial memiliki empat pilihan jawaban. Survei dilakukan untuk mencari rentang intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus melalui media sosial berdasarkan frekuensi dan durasi. Subjek yang mendapat skor tinggi menunjukkan bahwa subjek memiliki intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus melalui media sosial yang tinggi. Sebaliknya, subjek yang mendapat skor rendah menunjukkan bahwa subjek memiliki intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus melalui media sosial yang rendah pula. Pemberian skor ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel 3.1 Sebaran Item Skala Intensitas

Aspek	Nomor Item		Jumlah
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1. Durasi	6,7,9	8, 10	5
2. Frekuensi	1,2,3	4,5	5
	Total		10

Tabel 3.2 Sebaran Item Skala Pemahaman Keagamaan

Aspek	Nomor Item		Jumlah
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1. Pengetahuan	17, 18	15, 19	4
2. Pemahaman	1,7	9, 13	4
3. Penerapan	2, 12	20	3
4. Analisis	3, 6	10	3
5. Sintesis	14, 16	8, 11	4
6. Evaluasi	4, 5,	21	3
	Total		21

3. Dokumentasi

Dokumentasi ditunjukkan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, data yang relevan penelitian (Sudaryono,2017: 219).

G. *Validitas dan Reliabilitas Instrumen*

Baik buruknya suatu penelitian tergantung benar tidaknya suatu data karena data merupakan gambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis.

1. Uji Validitas

Uji Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah (Suharsimi, 2006:169). Kriteria uji validitas butir instrumen adalah apabila harga r -hitung setelah dikonsultasikan dengan r -tabel pada taraf signifikansi 5% (0,05) adalah lebih besar, maka butir tersebut valid.

Item yang tidak valid, tidak dipakai sebab disamping tidak layak, juga sudah ada item lain dalam indikator variabel yang mewakili sebagaimana tercantum dalam kisi-kisi instrumen variabel penelitian. Dengan N kasus 62 dengan dk (derajat kebebasan 2) = $n-2 = 62-2 = 60$ besarnya nilai kritik (*criticalvalue*) dari koefisien korelasi (r) *product-moment* tingkat signifikansi 5% atau 0,05 pada probabilitas 2 ekor (*two tailed*) diperoleh angka sebesar r tabel $\rightarrow r_t(0,05:60) = 0,254$ (lihat tabel r pada Winarsunu, 2004: 329). Dengan demikian, item instrumen yang dianggap valid adalah item yang koefisien korelasinya lebih besar ($>$) 0,254 dari nilai butir kritik tersebut (Santoso 2004).

2. Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2010:239) Realibilitas adalah ketetapan atau ketelitian suatu instrumen. Reliabilitas menunjukkan apakah pengukuran itu dapat menentukan hasil yang relatif tidak berbeda bila dilakukan kembali terhadap subjek yang sama. Alat ukur dikatakan reliabel apabila dapat dipercaya, konsisten dan stabil.

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, Ghozali (2009: 47). Untuk mengukur reliabilitas dapat dilakukan dengan *one shot* atau pengukuran sekali saja, yaitu pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan.

SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Indikator atau kuesioner dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* (α), yaitu apabila nilai *Cronbach's Alpha* (α) lebih besar ($>$) 0,70 maka indikator atau kuesioner reliabel, sedangkan apabila nilai *Cronbach's Alpha* (α) lebih kecil ($<$) 0,70 maka indikator atau kuesioner tersebut tidak reliabel (Ghozali, 2011: 48).

H. Teknik Analisis Data

Metode analisis data adalah suatu cara yang digunakan untuk mengolah data dari hasil penelitian untuk memperoleh kesimpulan. Dalam menganalisis data yang telah terkumpul dari penelitian yang bersifat kuantitatif. Untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara Intensitas mengikuti dakwah Gus Mus melalui media sosial agama dengan peningkatan pemahaman keagamaan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Peneliti

menggunakan analisis data statistik dengan langkah- langkah sebagai berikut ini :

1. Deskripsi Data

Penelitian ini tentang variabel X (intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus melalui media sosial) dan variabel Y (Pemahaman Keagamaan Mahasiswa) diperoleh menggunakan angket. Bentuk skala angket ini adalah skala *likert*, yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang peningkatan pemahaman keagamaan. Bentuk instrumennya terdiri dari empat pilihan jawaban pertanyaan yaitu, sangat setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Untuk memudahkan pengelolaan data statistiknya, maka untuk item *favorable* dan *unfavorable* diberi skor sebagai berikut:

Tabel 3.3 Skor Skala Penelitian

Jenis Pertanyaan	Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
<i>Favorabel</i>	4	3	2	1
<i>Unfavorabel</i>	1	2	3	4

Subjek yang memiliki skor tinggi pada pernyataan *favorable* menunjukkan bahwa subjek tersebut memiliki peningkatan pemahaman yang tinggi. Sebaliknya, pernyataan *unfavorable* yang tinggi menunjukkan bahwa subjek memiliki peningkatan pemahaman yang rendah. Semakin tinggi skor yang diperoleh subyek, semakin baik tingkat hubungan antara intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus melalui media sosial dengan peningkatan pemahaman keagamaan mahasiswa. Semakin rendah skor yang diperoleh subyek, semakin kecil tingkat hubungan antara intensitas mengikuti dakwahnya Gus

Mus melalui media sosial dengan peningkatan pemahaman keagamaan mahasiswa. Selanjutnya rumus tersebut diaplikasikan ke dalam data yang ada pada tabel kerja yang telah diketahui.

2. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji f mengasumsikan bahwa residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik atau uji statistik (Ghozali, 2011: 160).

Apabila menggunakan grafik, normalitas umumnya dideteksi dengan cara melihat tabel histogram. Akan tetapi, jika jumlah sampel yang digunakan dalam penelitiannya kecil dan hanya dideteksi dengan cara melihat tabel histogramnya saja, maka dapat mengakibatkan terjadinya kesalahan penafsiran. Metode yang lebih baik adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Dasar pengambilan dengan menggunakan normal probability plot adalah sebagai berikut (Ghozali, 2011: 160) : Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti garis diagonal atau garis histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi tidak memenuhi asumsi normalitas uji normalitas dengan grafik dapat mengakibatkan kesalahan penafsiran jika tidak hati-hati secara visual terlihat normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya. Oleh sebab itu, dianjurkan disamping uji grafik dilengkapi dengan uji statistik. Uji statistik yang dapat

digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik Kolmogorov-Smirnov (K-S).

3. Uji Hipotesis

Analisis ini sifatnya melanjutkan dari analisis pendahuluan. Analisis ini dimaksudkan untuk menguji data tentang hubungan antara variabel (X) terhadap variabel (Y). Dari analisis diharapkan dapat menjawab pokok masalah yang diteliti dan juga untuk mengadakan uji hipotesis, semakin tinggi intensitas mengikuti dakwah Gus Mus melalui media sosial semakin tinggi pula pemahaman keagamaan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Maka hipotesis yang diajukan adalah:

Ho : Tidak ada Hubungan antara Intensitas mengikuti dakwah Gus Mus melalui media sosial agama dengan peningkatan pemahaman keagamaan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Ha : Ada Hubungan antara Intensitas mengikuti dakwah Gus Mus melalui media sosial agama dengan peningkatan pemahaman keagamaan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Taraf signifikansi yang dipakai adalah sebesar 5%, tingkat kepercayaan 95%. Untuk mencari korelasi dapat digunakan rumus product moment. Analisis selanjutnya ini merupakan data lebih lanjut dari hasil-hasil nilai kualitatif analisis sebelumnya yakni membandingkan besaran “r” observasi (r hasil) dengan “r” tabel (r tabel) dengan taraf signifikan (*P*) 5%.

Jika “r hasil” sama dengan atau lebih besar dari “r tabel”, maka hasilnya signifikan yakni hipotesis alternatif (Ha) di terima kebenarannya, artinya ada Hubungan antara Intensitas mengikuti dakwah Gus Mus melalui media sosial agama dengan peningkatan

pemahaman keagamaan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan apabila hasilnya lebih kecil maka hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Artinya Tidak ada Hubungan antara Intensitas mengikuti dakwah Gus Mus melalui media sosial agama dengan peningkatan pemahaman keagamaan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Umum Lokasi Penelitian

1. Latar Belakang dan Sejarah Berdirinya Fakultas Dakwah

Kelahiran Fakultas Dakwah IAIN Walisongo tidak bisa dilepaskan dari gagasan untuk mendirikan IAIN Walisongo di wilayah Jawa Tengah bagian utara. Minat untuk mendirikan IAIN Walisongo dirintis oleh Drs. H. M. Soenarto Notowidagdo yang pada saat itu sedang menjabat sebagai Bupati Kepala Daerah Tk.II Kudus yang dijabatnya sejak tahun 1963. Seiring dengan gagasan itu timbul ide untuk mendirikan Fakultas Dakwah IAIN Walisongo di Semarang. Adapun minat untuk mendirikan Fakultas Dakwah didasarkan pada latar belakang berikut ini:

- a. Bahwa Jawa Tengah yang padat penduduknya masih banyak masyarakat Islamnya yang awam dan tidak berkesempatan menuntut pendidikan tingkat tinggi.
- b. Bahwa di Jawa Tengah yang sebagian besar penduduknya beragama Islam perlu ditingkatkan kualitas penghayatan keagamaannya.
- c. Perlu adanya pemeliharaan terhadap tetapnya Iman dan Islam bagi golongan masyarakat awam agar tidak mudah berpindah agama karena terpengaruh oleh adanya bantuan ekonomi dari kalangan lain.

Tepat pada hari Senin tanggal 6 April 1970 melalui Keputusan Menteri Agama RI No. 30 dan 31 tahun 1970, IAIN Walisongo resmi berdiri dengan Fakultas Dakwah (Dekan : Drs. H. Masdar Helmy) di Semarang dan beberapa Fakultas di daerah yang meliputi Fakultas Syari'ah di Bumiayu (Dekan: Drs. M. Amir Toha), Fakultas Syari'ah di Demak (Dekan: KH. Ahmad Malik), Fakultas Ushuluddin di Kudus (Dekan: KH. Aboe Amar) dan Fakultas Tarbiyah di Salatiga (Dekan: KH. Zubair). Adapun rektor pertamakali sejak dinegerikan dijabat oleh KH. Zubair sampai tahun 1973 (Buku Panduan IAIN Walisongo TA 2011/2012, 2011: 27).

Pada perkembangannya, Fakultas Dakwah selalu berusaha menyesuaikan diri dengan perubahan dan tuntutan zaman. Seiring dengan pesatnya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi serta tuntutan akan munculnya da'i-da'i profesional, maka pada saat ini Fakultas Dakwah memiliki beberapa jurusan, yaitu :

- a. S1- Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI).
- b. S1- Bimbingan dan Penyuluhan Islam (BPI).
- c. S1- Manajemen Dakwah (MD).

2. Visi, Misi dan Tujuan Berdirinya Fakultas Dakwah

a. Visi Fakultas Dakwah

“Pusat unggulan tingkat nasional bidang kajian dakwah yang berbasis pada pengembangan ilmu-ilmu keislaman dan sosial multidisipliner”.

b. Misi Fakultas Dakwah

- 1) Menyelenggarakan pendidikan ilmu dakwah yang dialogis, partisipatoris, humanis, dan egaliter.
- 2) Mengembangkan ilmu dakwah melalui pendekatan interdisipliner dan multi disiplin.
- 3) Menerapkan ilmu dakwah secara kritis, kreatif dan inovatif.

c. Tujuan Fakultas Dakwah

- 1) Mewujudkan peserta didik menjadi Sarjana Islam yang bertaqwa kepada Allah, memiliki kemampuan akademik dan atau profesional yang dapat menerapkan, mengembangkan dan atau menciptakan Ilmu Dakwah dan model-model Dakwah Islamiah.
- 2) Mewujudkan Sarjana Islam yang ahli Ilmu Dakwah dan atau profesional di bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam, Bimbingan dan Penyuluhan/konseling Islam serta Manajemen Dakwah.
- 3) Mewujudkan dan menyebarluaskan Dakwah Islamiah melalui berbagai media tradisional dan atau media modern untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakat dan memperkaya

kebudayaan nasional.

3. Perkembangan Fakultas Dakwah

Seiring perkembangan zaman, Fakultas Dakwah IAIN Walisongo Semarang mempunyai tiga jurusan yang ada yaitu BPI dan KPI dilengkapi dengan jurusan Manajemen Dakwah (MD) yang mulai dibuka pada tahun 2001. Pada mulanya semua jurusan belum memiliki konsentrasi seperti sekarang ini. Namun sejak penerapan kurikulum berbasis kompetensi pada tahun 2004 dan disempurnakan kembali pada tahun 2010, setiap jurusan mengembangkan berbagai prodi. Prodi yang ada dikembangkan sekaligus merupakan identitas yang dibangun Fakultas Dakwah IAIN Walisongo yang menjadi pembeda dengan Fakultas Dakwah lainnya. Selain itu prodi yang ada sudah di setting untuk memenuhi kebutuhan keahlian berdakwah dalam skala nasional.

a. Jurusan Manajemen Dakwah

a) Misi Jurusan Manajemen Dakwah (MD) :

- Menyelenggarakan pendidikan ilmu Manajemen Dakwah yang dialogis, partisipatoris, humanis, dan egaliter.
- Mengembangkan ilmu Manajemen Dakwah dengan pendekatan interdisipliner dan multi disiplin.
- Menerapkan Ilmu Manajemen Dakwah secara kritis, kreatif dan inovatif.

b) Tujuan Jurusan Manajemen Dakwah (MD) :

- Menghasilkan sarjana ilmu Manajemen Dakwah yang beriman dan bertaqwa, profesional serta berdedikasi tinggi.
- Menghasilkan produk riset ilmu Manajemen Dakwah kontemporer dan aplikatif.
- Mengembangkan dan menyebarluaskan dakwah Islam untuk menyelesaikan problem kemanusiaan dan keagamaan

berbasis manajemen dakwah.

c) Kompetensi Lulusan Jurusan Manajemen Dakwah :

- Menguasai ilmu-ilmu keislaman, teori-teori ilmu dakwah dan manajemen dakwah.
- Memiliki keahlian sebagai konsultan manajemen dakwah dan sebagai trainer dakwah.
- Memiliki kemampuan dalam mengelola lembaga-lembaga Dakwah, Lembaga Sosial Ekonomi Islam dan Perbankan Syari'ah, Lembaga Zakat Infak dan Shadaqah, Kelompok Bimbingan Ibadah Haji, serta Biro-biro Perjalanan Wisata Religi.
- Memiliki tanggungjawab yang tinggi terhadap penyelenggaraan Dakwah secara professional dan akademik.
- Memiliki kemampuan akademik setingkat sarjana, sehingga alumni tersebut dapat melanjutkan studinya ke jenjang yang lebih tinggi (S2).

B. Data Hasil Penelitian

Data hasil penelitian terdiri dari variabel Intensitas Mengikuti Dakwahnya Gus Mus di Media Sosial (variabel X) dan variabel Peningkatan Pemahaman Keagamaan Mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo (variabel Y). Untuk mendeskripsikan dan menguji hubungan variabel X dan variabel Y dalam penelitian ini, maka pada bagian ini akan disajikan deskripsi data dari masing-masing variabel berdasarkan berdasarkan data yang diperoleh di lapangan.

1. Responden

Objek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang sebanyak 618 mahasiswa (data mahasiswa semester genap tahun 2020/2021), dan sampel penelitian ini sebesar 10% dari jumlah populasi, maka jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 62 orang.

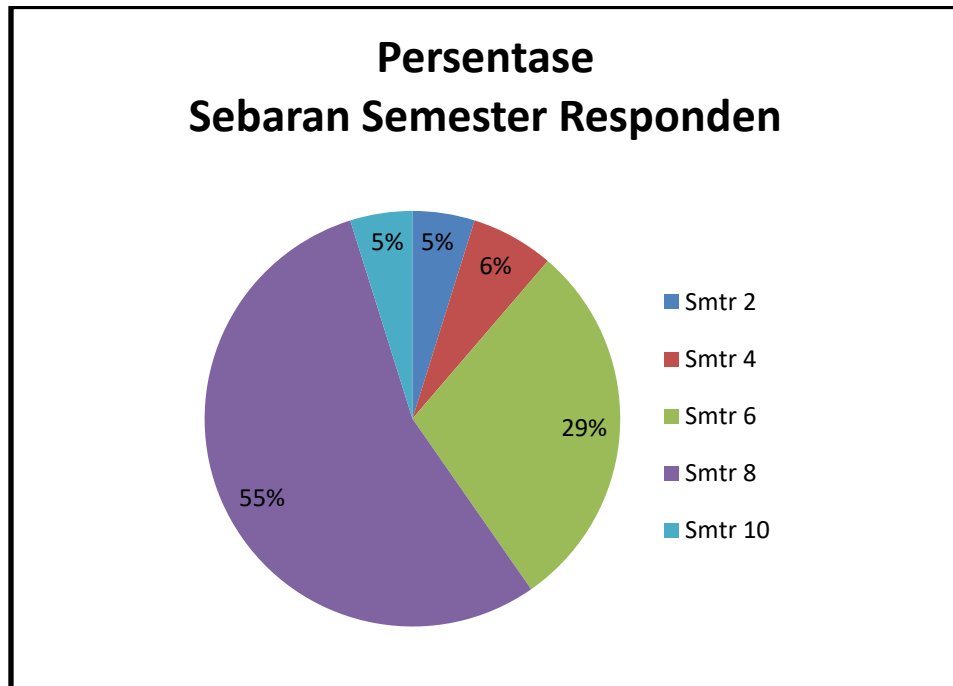
2. Sebaran Semester

Responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang berjumlah 62 mahasiswa yang berada pada semester genap yang beragam, mulai dari semester 2 sampai dengan semester 10, sebaran semester yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Sebaran responden berdasarkan tingkat semester

No	Semester	Jumlah
1	2	3
2	4	4
3	6	18
4	8	34
5	10	3
Total		62

Gambar 4.1 Persentase sebaran semester responden



Dari diagram di atas, dapat dimengerti bahwa responden semester 2 sejumlah 3 orang (5%), semester 4 sejumlah 4 orang (6%), semester 6 sejumlah 18 orang (29%), semester 8 sejumlah 34 orang (55%) dan semester 10 ada 3 orang (5%).

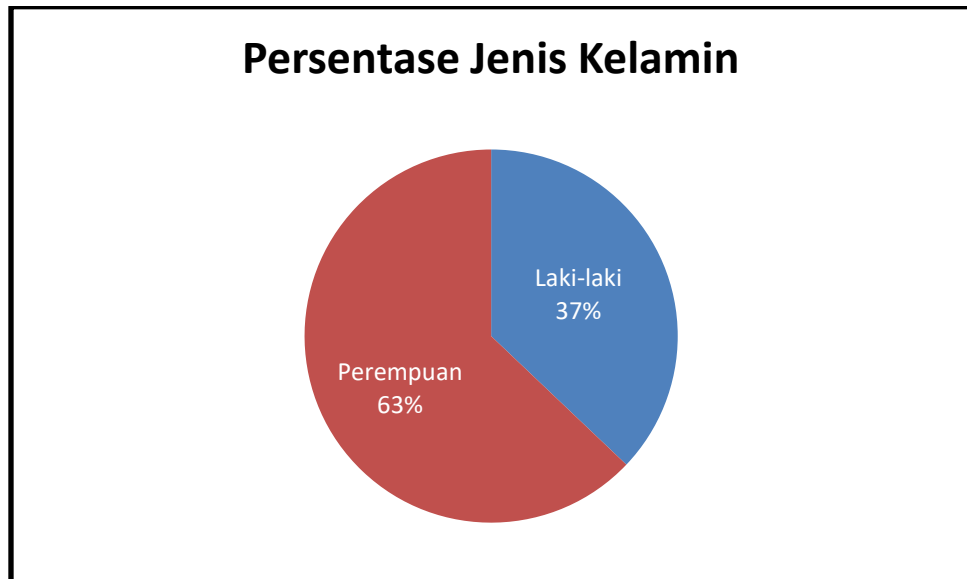
3. Jenis kelamin

Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 4.2 Sebaran responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	23
2	Perempuan	39
Total		62

Gambar 4.2 Persentase sebaran jenis kelamin responden



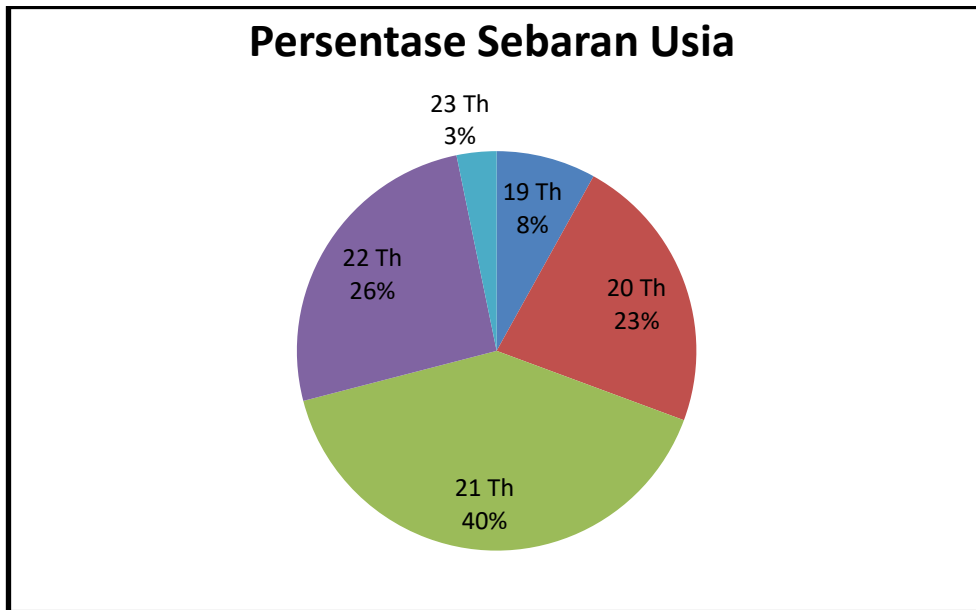
4. Usia

Sebaran usia responden yang didapatkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3 Sebaran responden berdasarkan usia

No	Usia	Jumlah
1	19 Th	5
2	20 Th	14
3	21 Th	25
4	22 Th	16
5	23 Th	2
Total		62

Gambar 4.3 Persentase sebaran usia responden



Dari tabel dan diagram diatas dapat dimengerti bahwa sebaran usia responden dalam penelian ini bahwa rentang usia responden mulai dari usia 19 tahun sampai dengan 23 tahun, dengan rincian usia 19 tahun sejumlah 5 orang (8%), usia 20 tahun sejumlah 14 orang (23%), usia 21 tahun sejumlah 25 orang (40%), usia 22 tahun sejumlah 16 orang (26%) dan usia 23 tahun sejumlah 2 orang (3%).

5. Kategori skor responden

a. Data intensitas

Tingkat intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus di Media sosial dapat dikelompokkan dalam lima kategori yaitu ; kategori sangat baik, kategori baik, kategori sedang, kategori rendah dan kategori sangat rendah. Kategori intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus di Media sosial dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.4 Kategorisasi tingkat intensitas

Kriteria	Ketentuan		Interval
Sangat Baik	$M + 1.5sd < X$	32,19	33 – 40

Baik	$M+0.5sd < X \leq M + 1.5sd$	28,86	30 – 32
Sedang	$M-0.5sd < X \leq M + 0.5sd$	25,53	27 – 29
Rendah	$M-1.5sd < X \leq M - 0.5sd$	22,20	23 – 26
Sangat Rendah	$X \leq M - 1.5sd$	22,20	0 – 22

Keterangan :

$$\text{Mean (M)} = 27,19$$

$$\text{Standar Deviasi (sd)} = 3,328$$

Total Skor (X)

$$\text{Sangat Baik } M + 1,5sd < X$$

$$57,74 + 1,5 \times 6,940 < X$$

$$57,74 + 10,41 < X$$

$$68,15 < X$$

$$\text{Baik } M + 0,5sd < X < M + 1,5sd < X$$

$$57,74 + 0,5 \times 6,940 < X < 68,15$$

$$57,74 + 3,47 < X < 68,15$$

$$61,21 < X < 68,15$$

$$\text{Sedang } M - 0,5sd < X < M + 0,5sd$$

$$57,74 - 0,5 \times 6,940 < X < 61,21$$

$$57,74 - 3,47 < X < 61,21$$

$$54,27 < X < 61,21$$

$$\text{Rendah } M - 1,5sd < X < M - 0,5sd$$

$$57,74 - 1,5 \times 6,940 < X < 54,27$$

$$57,74 - 10,41 < X < 54,27$$

$$47,33 < X < 54,27$$

$$\text{Sangat Rendah } X < M - 1,5sd$$

$$X < 57,74 - 1,5 \times 6,940$$

$$X < 57,74 - 10,41$$

$$X < 47,33$$

Dari rumusan di atas, dapat digambarkan bahwa intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus Melalui Media Sosial oleh Mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang kami kategorisasikan menjadi lima kelompok. Kelompok pertama kategori Sangat Baik yaitu skor angket antara interval 33 – 40, kelompok ke-dua kategori Baik yaitu skor angket antara interval 30 – 32, kategori ketiga adalah Sedang yaitu skor angket berkisar interval 27 - 29, kategori Rendah yaitu skor angket berkisar antara interval 23 - 26 dan kelompok terakhir kategori Sangat Rendah yaitu skor angket berada dalam interval 0 – 22.

Berdasarkan ketentuan pengkategorisasian di atas, hasil pengkategorisasian untuk variabel intensitas mengikuti dakwahnya Gus melalui Media Sosial yang diperoleh dari skor angket melalui *Goole Form* adalah sebagai berikut ini :

Tabel 4.5 Pengkategorisasian hasil variabel intensitas

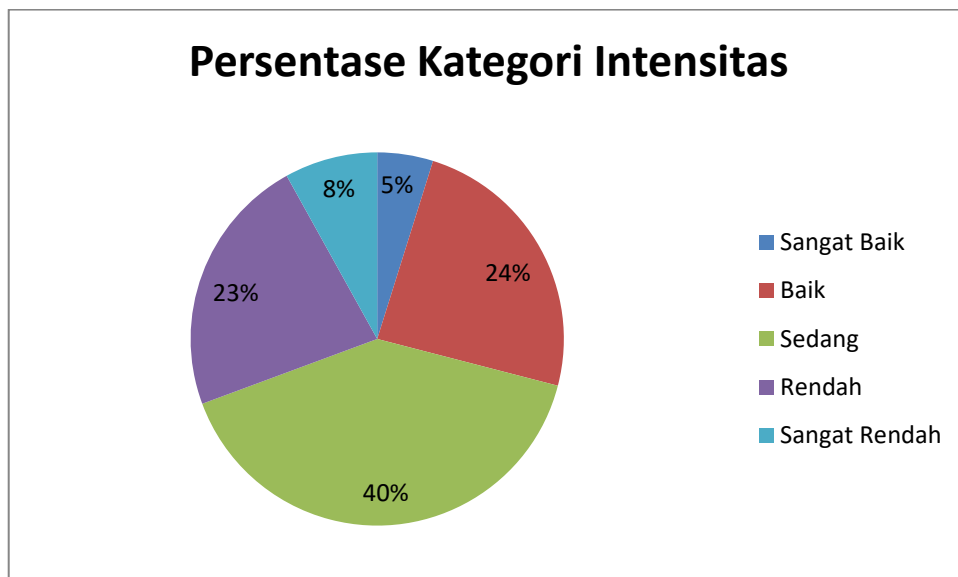
Kriteria	Jml	Persentase
Sangat Baik	3	5%
Baik	15	24%
Sedang	25	40%
Rendah	14	23%
Sangat Rendah	5	8%
Total	62	100%

Dari data diatas dapat dipahami bahwa pada pengkategorisasian variabel Intensitas mengikuti dakwahnya Gus melalui Media Sosial, responden yang masuk dalam kategori Sangat Baik sejumlah 3 (tiga) responden atau 5% dari jumlah keseluruhan, untuk kategori Baik ada 15 (lima belas) responden atau 24%, yang masuk kategori Sedang ada 25 (dua

puluh lima) responden atau 40%, responden kategori Rendah sejumlah 14 (empat belas) responden atau 23%, sedangkan responden yang masuk dalam kategori Sangat Rendah sejumlah 5 (lima) responden atau 8% dari 62 responden.

Guna memudahkan visualisasi persentase pengkategorisasian variabel Intensitas mengikuti dakwahnya Gus melalui Media Sosial yang dilakukan Mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang kami sajikan diagram sebagai berikut :

Gambar 4.4 Persentase pengkategorisasian intensitas



b. Data pemahaman

Sama halnya data intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus di Media sosial, data pemahaman keagamaan juga kami kelompokkan dalam lima kategori yaitu ; kategori sangat baik, kategori baik, kategori sedang, kategori rendah dan kategori sangat rendah. Kategori pemahaman keagamaan responden berdasarkan angket penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.6 Kategorisasi tingkat pemahaman agama

Kriteria	Ketentuan		Interval
Sangat Baik	$M+1.5sd < X$	68,15	69 - 80
Baik	$M+0.5sd < X \leq M + 1.5sd$	61,21	62 - 68
Sedang	$M-0.5sd < X \leq M + 0.5sd$	54,27	55 - 61
Rendah	$M-1.5sd < X \leq M - 0.5sd$	47,33	48 - 54
Sangat Rendah	$X \leq M - 1.5sd$	47,33	0 - 47

Keterangan :

$$\text{Mean (M)} = 57,74$$

$$\text{Standar Deviasi (sd)} = 6,940$$

Total Skor (X)

Sangat Baik	$M + 1,5sd < X$ $57,74 + 1,5 \times 6,940 < X$ $57,74 + 10,41 < X$ $68,15 < X$
Baik	$M + 0,5sd < X < M + 1,5sd < X$ $57,74 + 0,5 \times 6,940 < X < 68,15$ $57,74 + 3,47 < X < 68,15$ $61,21 < X < 68,15$
Sedang	$M - 0,5sd < X < M + 0,5sd$ $57,74 - 0,5 \times 6,940 < X < 61,21$ $57,74 - 3,47 < X < 61,21$ $54,27 < X < 61,21$
Rendah	$M - 1,5sd < X < M - 0,5sd$ $57,74 - 1,5 \times 6,940 < X < 54,27$

$$57,74 - 10,41 < X < 54,27$$

$$47,33 < X < 54,27$$

Sangat Rendah $X < M - 1,5sd$
 $X < 57,74 - 1,5 \times 6,940$
 $X < 57,74 - 10,41$
 $X < 47,33$

Dari rumusan tersebut, pengkategorisasian variabel pemahaman keagaan responden berdasarkan angket penelitian ini kami kategorisasikan menjadi lima kelompok. Kelompok pertama kategori Sangat Baik yaitu skor angket antara interval 69 – 80, kelompok ke-dua kategori Baik yaitu skor angket antara interval 62 – 68, kategori ketiga adalah Sedang yaitu skor angket berkisar interval 55 – 61, kategori Rendah yaitu skor angket berkisar antara interval 48 – 54 dan kelompok terakhir kategori Sangat Rendah yaitu skor angket berada dalam interval 0 – 47. Berdasarkan ketentuan pengkategorisasian di atas, hasil pengkategorisasian untuk variabel pemahaman keagamaan yang diperoleh dari skor angket adalah sebagai berikut ini :

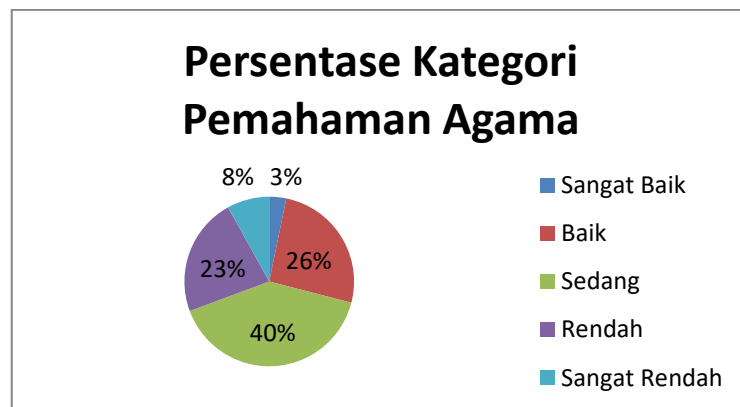
Tabel 4.7 Pengkategorisasian hasil variabel pemahaman agama

Kriteria	Jml	Persentase
Sangat Baik	2	3%
Baik	16	26%
Sedang	25	40%
Rendah	14	23%
Sangat Rendah	5	8%
Total	62	100%

Dari data diatas dapat dipahami bahwa pada pengkategorisasian variabel pemahaman keagamaan, responden yang masuk dalam kategori Sangat Baik sejumlah 2 (dua) responden atau 3%, untuk kategori Baik ada

16 (enam belas) responden atau 24%, yang masuk kategori Sedang ada 25 (dua puluh lima) responden atau 40%, responden kategori Rendah sejumlah 14 (empat belas) atau 23%, sedangkan responden yang masuk dalam kategori Sangat Rendah sejumlah 5 (lima) responden atau 8% dari 62 responden. Guna memudahkan visualisasi persentase pengkategorisasian variabel pemahaman keagamaan, kami sajikan dalam diagram sebagai berikut ini:

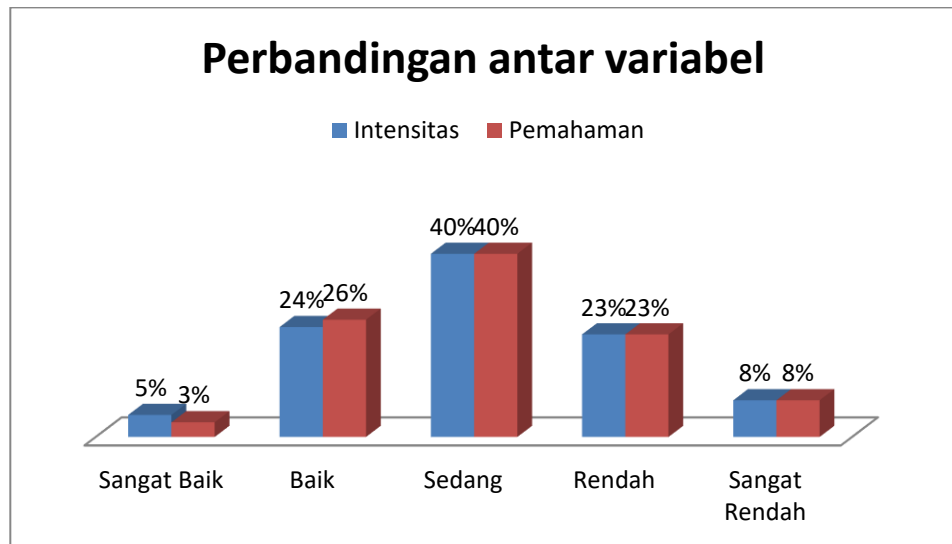
Gambar 4.5 Persentase pengkategorisasian pemahaman agama



c. Perbandingan antar variabel

Pengkelompokan berdasarkan nilai skor angket variabel intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus di Media Sosial dan variabel pemahaman keagamaan dapat dilihat perbandingannya di bawah ini:

Gambar 4.6 Perbandingan antar variabel



Dari diagram di atas, ada dua pola *gap* dari lima kategori. Pertama, kategori Sangat Baik dan Kategori Baik pada kedua variabel sama-sama mempunyai selisih 2%, sedangkan untuk kategori Sedang, kategori Rendah dan kategori Sangat Rendah semuanya mendapat capaian yang sama pada kedua variabel (variabel intensitas dan variabel pemahaman), dimana kategori sedang 40%, kategori Rendah 23% dan kategori Sangat Rendah memperoleh 8% maka tidak ada *gap* diantara kedua variabel tersebut.

1) Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji validitas dan reliabilitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan metode uji terpakai. Hal ini dilakukan agar lebih efektif dan efisien dalam proses penelitian. Dalam uji validitas dan reliabilitas terpakai ini hasilnya yang valid dilanjutkan dengan deskripsi statistik dan data dari butir-butir yang valid saja yang dianalisis (Hadi, 2000:97). Hasil dari uji validitas dan reliabilitas ini selanjutnya dipakai dasar analisis data lebih lanjut. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan bantuan aplikasi komputer IBM SPSS Statistik Version 26. Instrumen yang diuji dalam penelitian ini ada dua instrumen variabel yang diuji yaitu: (1)

Variabel Intensitas Mengikuti Dakwahnya Gus Mus Melalui Media Sosial, dan (2) Variabel Pemahaman Keagamaan.

a. Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus melalui media sosial

1. Validitas Skala Intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus melalui media sosial

Pengambilan keputusan untuk menentukan item yang valid digunakan r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} dengan db (derajat bebas) jumlah sampel dikurangi variabel. Jika r_{hitung} lebih dari r_{tabel} maka item dikatakan valid. Akan tetapi jika r_{hitung} kurang dari r_{tabel} maka item dikatakan tidak valid.

Berdasarkan r_{tabel} dengan taraf signifikansi 5% didapatkan skor r_{tabel} 0,254.

Dalam perhitungan validitasnya item dianalisa dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* dengan bantuan aplikasi IBM SPSS Statistik Version 26. Jika r_{hitung} lebih dari r_{tabel} 0,254 maka item dikatakan valid. Akan tetapi jika r_{hitung} kurang dari r_{tabel} 0,254 maka item dikatakan tidak valid. Berikut ini data untuk mengetahui data yang valid dan tidak valid.

Tabel 4.8 Validitas Skala Intensitas

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,613	> 0,254	Valid
2	0,628	> 0,254	Valid
3	0,462	> 0,254	Valid
4	0,419	> 0,254	Valid
5	0,365	> 0,254	Valid
6	0,536	> 0,254	Valid
7	0,659	> 0,254	Valid

8	0,366	> 0,254	Valid
9	0,490	> 0,254	Valid
10	0,363	> 0,254	Valid

Berdasarkan hasil analisis pada skala intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus melalui media sosial yang berjumlah 10 item semuanya valid. Karena indikator pada tabel di atas mempunyai nilai r_{hitung} (*pearson correlation*) lebih besar dari r_{tabel} didapat dari jumlah sampel 62 dengan taraf signifikansi 5% di peroleh nilai 0,254. jadi dapat disimpulkan bahwa dari 10 item tidak ada yang gugur atau semuanya dinyatakan valid.

2. Reliabilitas Skala Intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus melalui media sosial

Untuk menentukan kualitas dari angket, perlu dilakukan uji angket yaitu dengan uji reliabilitas. Suatu item pertanyaan dari angket bisa diterima (*reliable*) untuk dilanjutkan dalam pengolahan statistik jika memiliki Cronbach Alpha lebih dari 0,60 ($> 0,60$). Hasil pengujian reliabilitas instrument menggunakan alat bantu oleh statistik aplikasi IBM SPSS Statistik Version 26 dapat diketahui sebagai berikut:

Tabel 4.9 Reabilitas setiap item skala intensitas

	Item-Total Statistics			Cronbach's Alpha if Item Deleted
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	
x1	24.45	8.776	.460	.588
x2	24.35	8.626	.471	.584
x3	24.73	9.383	.268	.630
x4	24.31	9.429	.176	.658
x5	24.31	9.888	.170	.649

x6	24.48	9.336	.393	.607
x7	24.44	8.512	.514	.575
x8	24.35	9.938	.185	.645
x9	24.71	9.291	.307	.621
x10	24.61	10.077	.214	.638

Tabel 4.10 Reabilitas skala intensitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.645	10

Dari data diatas dapat diketahui bahwa reliabilitas skala intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus melalui media sosial memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 ($\alpha > 0,60$), sehingga dapat disimpulkan bahwa angket pada variabel ini sudah reliabel.

b. Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Pemahaman keagamaan

1. Validitas Skala Pemahaman keagamaan

Pengambilan keputusan untuk menentukan item yang valid digunakan r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} dengan db (derajat bebas) jumlah sampel dikurangi variabel. Jika r_{hitung} lebih dari r_{tabel} maka item dikatakan valid. Akan tetapi jika r_{hitung} kurang dari r_{tabel} maka item dikatakan tidak valid.

Berdasarkan r_{tabel} dengan taraf signifikansi 5% didapatkan skor r_{tabel} 0,254.

Dalam perhitungan validitasnya item dianalisa dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* dengan bantuan aplikasi IBM SPSS Statistik Version 26. Jika r_{hitung} lebih dari r_{tabel} 0,254 maka item dikatakan valid. Akan tetapi jika r_{hitung} kurang dari r_{tabel} 0,254 maka item dikatakan tidak valid.

Berikut ini data untuk mengetahui data yang valid dan tidak valid.

Tabel 4.11 Validitas Skala Pemahaman keagamaan

No	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,555	> 0,254	Valid
2	0,548	> 0,254	Valid
3	0,768	> 0,254	Valid
4	0,632	> 0,254	Valid
5	0,380	> 0,254	Valid
6	0,262	> 0,254	Valid
7	0,713	> 0,254	tidak valid
8	0,078	> 0,254	tidak valid
9	0,026	> 0,254	Valid
10	0,439	> 0,254	Valid
11	0,348	> 0,254	Valid
12	0,595	> 0,254	Valid
13	0,559	> 0,254	Valid
14	0,461	> 0,254	Valid
15	0,506	> 0,254	Valid

16	0,480	> 0,254	Valid
17	0,690	> 0,254	Valid
18	0,714	> 0,254	Valid
19	0,528	> 0,254	Valid
20	0,288	> 0,254	Valid
21	0,656	> 0,254	Valid

Berdasarkan hasil analisis pada skala pemahaman keagamaan yang berjumlah 21 item terdapat 2 item yang tidak valid karena r_{hitung} dibawah r_{tabel} , yaitu pada item nomor 7 dan 8, dan pada item yang lainnya semuanya dinyatakan valid. Karena indikator pada tabel di atas mempunyai nilai r_{hitung} (*pearson correlation*) lebih besar dari r_{tabel} didapat dari jumlah sampel 62 dengan taraf signifikansi 5% di peroleh nilai 0,254. jadi dapat disimpulkan bahwa dari 21 item kuesioner hanya 19 saja yang valid dan dapat yang akan dilanjutkan dalam penelitian ini selanjutnya.

2. Reliabilitas Skala Pemahaman keagamaan

Suatu item pertanyaan dari angket bisa diterima (*reliable*) untuk dilanjutkan dalam pengolahan statistik jika memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 ($> 0,60$). Hasil pengujian reliabilitas instrument menggunakan alat bantu oleh statistik aplikasi IBM SPSS Statistik Version 26 dapat diketahui sebagai berikut:

Tabel 4.12 Reabilitas setiap item skala pemahaman keagamaan

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	59.27	43.448	.485	.824
Y2	59.37	43.745	.481	.824
Y3	59.02	41.164	.722	.812
Y4	59.19	43.241	.577	.821
Y5	59.24	45.268	.304	.831
Y6	59.27	46.432	.192	.835
Y7	58.94	41.242	.654	.815
Y8	60.08	47.747	-.023	.846
Y9	60.08	48.141	-.057	.844
Y10	59.56	44.053	.346	.830
Y11	59.98	44.147	.209	.842
Y12	59.16	43.252	.532	.822
Y13	59.69	43.200	.486	.823
Y14	59.18	44.738	.393	.828
Y15	59.77	44.669	.448	.826
Y16	59.53	44.679	.416	.827
Y17	58.97	42.065	.634	.817
Y18	58.87	42.278	.666	.816
Y19	59.66	42.556	.432	.826
Y20	60.42	45.493	.179	.839
Y21	59.11	40.659	.572	.818

Tabel 4.13 Reabilitas skala pemahaman keagamaan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items

.834	21
------	----

Dari data diatas dapat diketahui bahwa reliabilitas skala pemahaman keagaan memiliki *Crounbach Alpha* lebih dari 0,60 ($\alpha > 0,60$) yaitu $0,834 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa angket pada variabel ini sudah reliabel, dan rata-rata setiap item 0,827.

2) Uji Normalitas

Penggunaan statistik parametris, bekerja dengan asumsi bahwa data setiap variabel penelitian yang dianalisis membentuk distribusi normal (Sugiyono, 2002:69). Sehingga sebelum data hasil penelitian dianalisis, terlebih dulu harus dilakukan uji normalitas data, yaitu untuk mengetahui normal tidaknya distribusi data penelitian pada variabel.

Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik atau uji statistik (Ghozali, 2011: 160). Pengujian normalitas data dalam skripsi ini menggunakan statistik analisis *Kolmogorov Smirnov* dengan bantuan aplikasi IBM SPSS (*Statistical Program for Social*) Version 26 for windows.

Metode Statistik, kriteria pengujian adalah apabila pada baris *Asymp. Sig. (2-tailed)* menunjukkan angka signifikansi (Sig.) $> 0,05$ maka data berdistribusi normal, dan apabila angka signifikansi (Sig.) $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal (Santoso, 2004: 36).

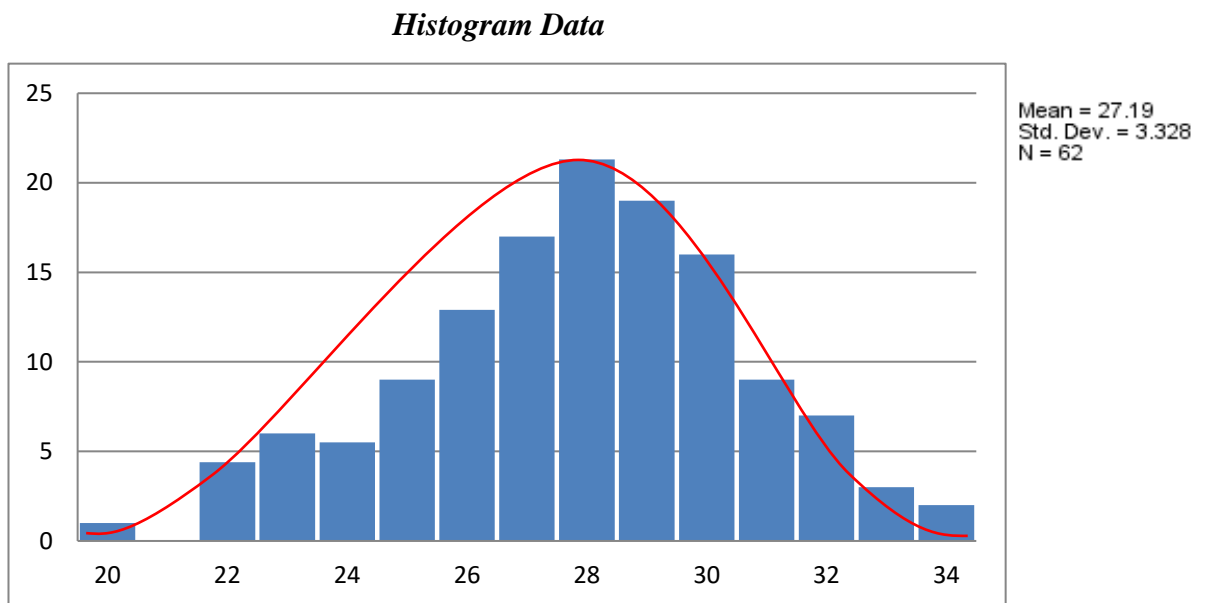
Tabel 4.14 Uji normalitas skala intensitas

	Tests of Normality					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
Intensitas	.156	62	.200	.971	62	.148

Nilai signifikansi (p) pada uji Kolmogorov-Smirnov adalah 0.2 ($p > 0.05$), sehingga berdasarkan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov data variabel Intensitas berdistribusi normal.

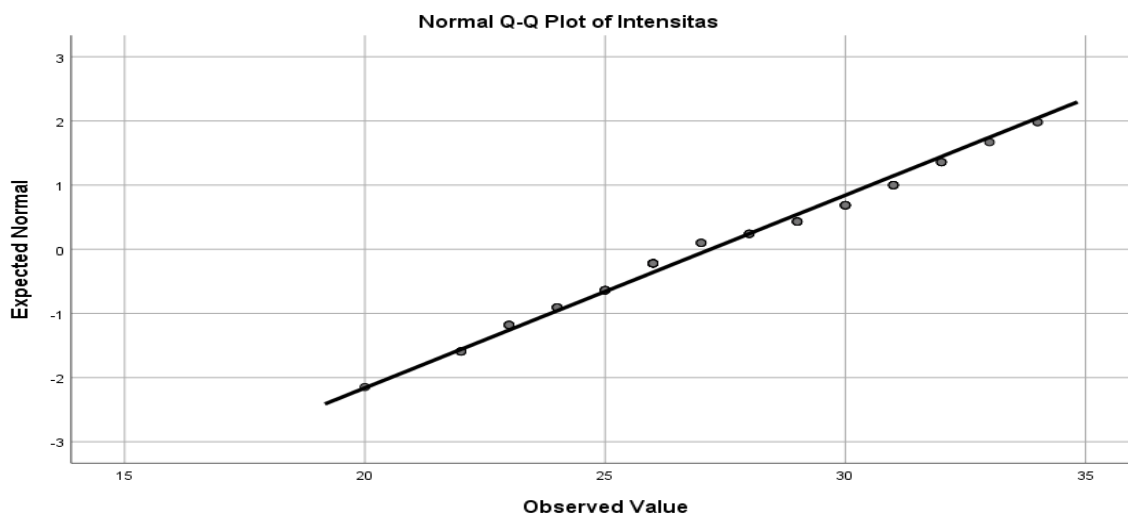
Nilai signifikansi (p) pada uji Shapiro-Wilk adalah 0.853 ($p > 0.05$), sehingga berdasarkan uji normalitas Shapiro-Wilk data berdistribusi normal.

Gambar 4.7 Histogram uji normalitas skala intensitas



Grafik tersebut menunjukkan kurve normal yang menggambarkan bahwa data penelitian *Regression Standardized Residual* adalah normal dimana terlihat bentuk histogram data hampir menyerupai lonceng.

Gambar 4.8 Uji normalitas Q-Q Plot skala intensitas



Dari Grafik tersebut di atas terlihat bahwa seluruh data rata-rata menyebar di sekitar garis diagonal atau garis histogramnya mengikuti arah garis diagonal hal ini menunjukkan pola distribusi normal, maka model korelasi masing-masing data tersebut memenuhi asumsi normalitas.

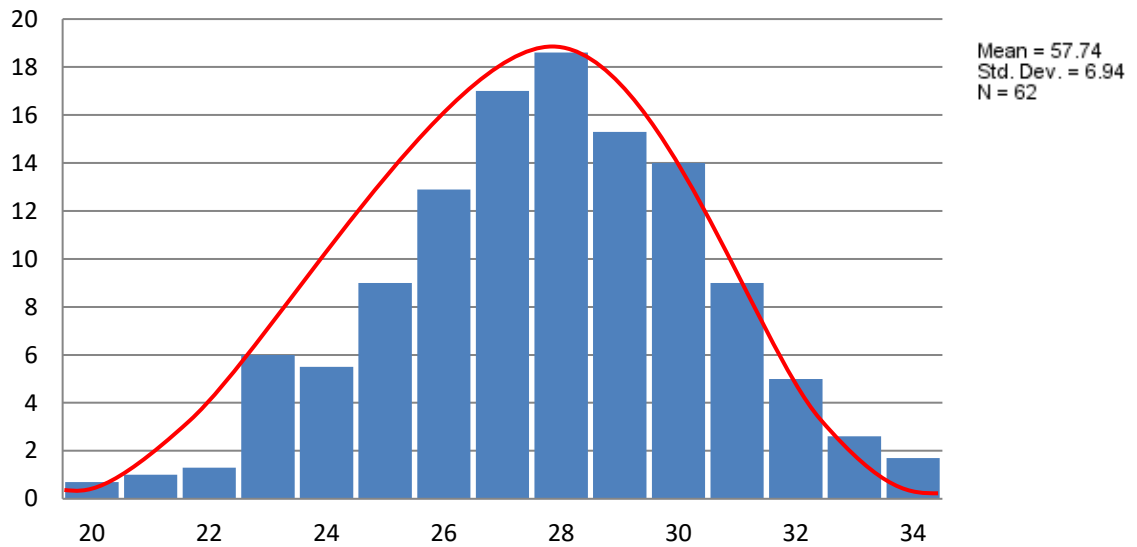
Tabel 4.15 Uji normalitas skala Pemahaman

	Tests of Normality					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Pemahaman	.119	62	.030	.974	62	.216

Nilai signifikansi (p) pada uji Kolmogorov-Smirnov adalah 0.2 ($p > 0.05$), sehingga berdasarkan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov data variabel Pemahaman berdistribusi normal.

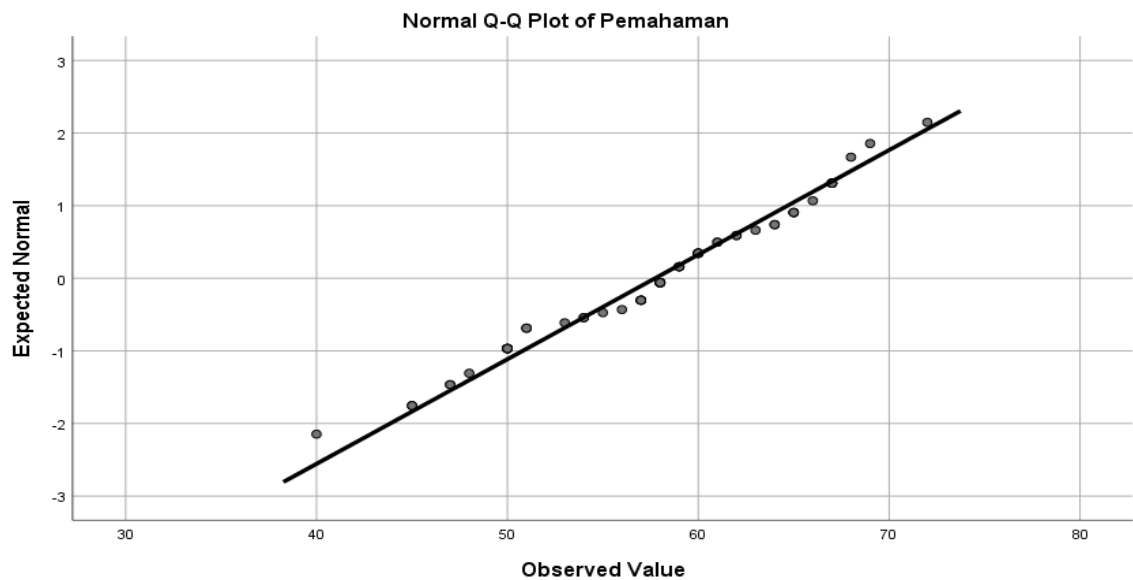
Nilai signifikansi (p) pada uji Shapiro-Wilk adalah 0.853 ($p > 0.05$), sehingga berdasarkan uji normalitas Shapiro-Wilk data berdistribusi normal.

Gambar 4.9 Histogram uji normalitas skala pemahaman



Grafik tersebut menunjukkan kurve normal yang menggambarkan bahwa data penelitian *Regression Standardized Residual* adalah normal dimana terlihat bentuk histogram data hampir menyerupai lonceng.

Gambar 4.10 Uji normalitas Q-Q Plot skala pemahaman



Dari Grafik tersebut di atas terlihat bahwa seluruh data rata-rata menyebar di sekitar garis diagonal atau garis histogramnya mengikuti arah garis diagonal hal ini menunjukkan pola distribusi normal, maka

model korelasi masing-masing data tersebut memenuhi asumsi normalitas.

3) Uji Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya harus diuji secara empiris (Suryabrata, 1998: 69). Hipotesis dalam penelitian ini adalah ada hubungan positif antara intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus melalui media sosial dengan pemahaman keagamaan mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Untuk pengujian statistik, maka dilakukan perumusan hipotesis sebagai berikut :

Ho : Tidak ada Hubungan antara Intensitas mengikuti dakwah Gus Mus di media sosial dengan pemahaman keagamaan Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Ha : Ada Hubungan antara Intensitas mengikuti dakwah Gus Mus di media sosial dengan pemahaman keagamaan Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Dalam pengujian hipotesis ini peneliti menggunakan alat bantu olah data statistik SPSS 16.0 dengan ketentuan bahwa jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka hipotesis dapat diterima, dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka hipotesis tidak dapat diterima. Diketahui bahwa r_{tabel} dalam penelitian ini untuk derajat kebebasan $df = 62-1-1$ dengan signifikansi 5% adalah 0,25.

Berdasarkan tujuan penelitian ini, maka dianalisa dengan menggunakan uji statistik korelasi *product moment* dengan menggunakan bantuan komputer dengan aplikasi IBM SPSS (*Statistical Program for Social*) Version 26 for windows. Hasil uji statistik dapat dilihat tabel dibawah ini :

Tabel 4.16 Hasil uji korelasi antar variabel

		Correlations		
		INTENSITAS	PEMAHAMAN KEAGAMAAN	
Spearman's rho	INTENSITAS	Correlation Coefficient	1.000	
		Sig. (2-tailed)	.	
		N	62	
	PEMAHAMAN KEAGAMAAN	Correlation Coefficient	.641**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	62	62

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil uji korelasi *product moment* antara antara Intensitas mengikuti dakwah Gus Mus di media sosial dengan pemahaman keagamaan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang diketahui bahwa r_{hitung} adalah 0,641 sedangkan nilai r_{tabel} adalah 0,254 yang lebih kecil dibandingkan r_{hitung} . Artinya terdapat hubungan positif antara variabel intensitas mengikuti dakwah Gus Mus di media sosial (X) dengan variabel pemahaman keagamaan (Y). Dengan demikian hipotesa yang diajukan dapat diterima.

C. Pembahasan

Intensitas dapat diartikan suatu keadaan yang bergelora, penuh semangat, berapi-api, berkobar-kobar (perasaan) dalam suatu hal, yang dimiliki seseorang yang diwujudkan dalam bentuk sikap maupun perbuatan dalam melaksanakan sesuatu untuk dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Jika dilihat dari sifatnya yaitu intensif maka intens dapat diartikan sungguh-sungguh serta terus menerus dalam mengerjakan sesuatu sehingga memperoleh hasil yang maksimal (Watik dkk, 1986: 45). Intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus di media sosial dapat diartikan seberapa sering dan seberapa lama seseorang dalam mengikuti

dakwahnya Gus Mus di media sosial. Seperti yang dituliskan dalam landasan teori, indikator yang dijadikan acuan untuk mengukur intensitas yaitu, frekuensi dan durasi atau waktu.

Proses mendapatkan pemahaman keagamaan yang baik berhubungan dengan intensitas individu dalam mengikuti dakwah agama. Individu yang mempunyai pemahaman materi keagamaan yang baik umumnya seselalu meluangkan waktu untuk menambah ilmu dan juga bersungguh-sungguh dalam belajar. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Surat Al- Ankabut ayat 26 yang artinya “*Dan orang-orang yang mencari keridhaan Kami, niscaya Kami tunjukkan mereka kepada jalan-jalan Kami*”.

Hasil penelitian yang dilakukan pada mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang dengan jumlah populasi 618 maka diambil sampel sebanyak 10%, sehingga sampel pada penelitian ini sebanyak 62 mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Hasil analisis angket dengan uji korelasi *product moment* antara intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus melalui media sosial dengan pemahaman keagamaan mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang didapatkan hasil $r_{xy} = 0,641$ dan $Sig. = 0,000$, hal ini menunjukkan bahwa H_a di terima dan H_o di tolak, artinya ada hubungan positif dan signifikan antara intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus melalui media sosial dengan pemahaman keagamaan mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo.

Adanya hubungan antara variabel intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus melalui media sosial dengan pemahaman keagamaan mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo, hal ini sangat memungkinkan adanya keterkaitan peningkatan pada setiap variabel penelitian, dimana jika semakin inten mahasiswa

mengikuti dakwahnya Gus Mus walaupun melalui media sosial hal ini akan semakin meningkatkan pemahaman keagamaan mahasiswa.

Syekh Az- Zarnuji dalam kitab Ta'lim Muta'alim mengungkapkan tentang kesungguhan hati, beliau merangkan bahwa, "*Siapa bersungguh-sungguh dalam mencari sesuatu pastilah ketemu dan barang siapa mengetuk pintu bertubi-tubi, pasti dapat memasuki*". Dalam ungkapan lain beliau juga berkata "*sejauh mana usahamu, sekian pula tercapai cita-citamu*".

Hasil uji statistik yang dilakukan dalam penelitian hubungan antara intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus melalui media sosial dengan pemahaman keagamaan menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus melalui media sosial dengan pemahaman keagamaan mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo, yaitu sebesar 40%. Adapun sisanya 60% dijelaskan oleh prediktor lain dan kesalahan-kesalahan lain (*error sampling* dan *non sampling*). Jadi dapat dikatakan bahwa semakin tinggi intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus maka semakin baik pemahaman keagamaan mahasiswa, hal ini ditunjukkan dengan nilai ($\text{sig} = 0,000 \leq 0,05$) dan $r_{xy} = 0,641$ menunjukkan nilai koefisien korelasi yang positif antara intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus melalui media sosial dengan pemahaman keagamaan mahasiswa. Dengan demikian hipotesis yang diteliti oleh peneliti yaitu terdapat hubungan antara intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus melalui media sosial dengan pemahaman keagamaan mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang diterima.

Hal tersebut semakin menegaskan bahawa intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus memang mempunyai peran penting dalam menambah pemahaman keagamaan mahasiswa. Berikut interpretasi kasar terhadap angka korelasi sebagai berikut (Anwar, 2009: 104) :

Tabel 4.17 Pedoman Intepretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Interpretasi
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai korelasi 0,641 dari hubungan intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus melalui media sosial dengan pemahaman keagamaan mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang adalah masuk dalam kategori Kuat.

Peningkatan pemahaman keagamaan mahasiswa terbentuk karena ada banyak sekali faktor pendukung, baik secara akademik maupun non-akademik, salah satunya adalah intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus yang dilakukan dengan bantuan media sosial yang sangat mudah dilakukan, tidak terikat tempat dan waktu.

D. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini terjadi banyak kendala dan hambatan. Hal ini bukan karena faktor kesengajaan, akan tetapi karena adanya keterbatasan dalam melakukan penelitian. Adapun beberapa faktor yang menjadi kendala dan hambatan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Penelitian yang diteliti

Penelitian ini hanya mengukur korelasi variabel X dengan variabel Y, yaitu variabel intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus melalui media sosial dengan variabel pemahaman keagamaan mahasiswa,

karena r_{hitung} 0,641 maka hasilnya belum lengkap dan masih perlu diadakan tambahan variabel yang lain.

2. Skala Penelitian

Kekurangan penelitian ini hanya menggunakan skala likert empat poin, yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju, maka ada keterbatasan dalam mengungkapkan interpretasi dari responden dalam menjawab kuesioner.

3. Faktor biaya

Meskipun biaya bukanlah satu-satunya faktor yang menjadi kendala, biaya memegang peran penting dalam mensukseskan penelitian. Peneliti menyadari bahwa dengan biaya yang minim penelitian akan terhambat. Karena dalam penelitian ini dibutuhkan biaya yang cukup banyak sehingga penelitian ini menjadi terhambat yang seharusnya bisa selesai lebih cepat.

4. Faktor Waktu

Waktu menjadi peran penting dalam mensukseskan penelitian ini. Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini, peneliti kurang dapat membagi waktu sehingga semakin memperlambat penelitian ini dan juga bersamaan dengan adanya pandemi Covid 19.

5. Faktor Kemampuan

Dalam melakukan penelitian sangat dipengaruhi kemampuan peneliti. Dengan demikian, peneliti menyadari keterbatasan kemampuan khususnya dalam pengetahuan untuk membuat karya ilmiah. Tetapi peneliti sudah berusaha semaksimal mungkin untuk melakukan penelitian sesuai dengan kemampuan keilmuan serta bimbingan dari dosen pembimbing.

Meskipun banyak kendala dan hambatan yang harus dihadapi dalam melakukan penelitian ini, peneliti bersyukur bahwa penelitian ini telah berhasil dengan sukses dan lancar.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari bab-bab terdahulu maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tingkat intensitas mahasiswa mengikuti dakwahnya Gus Mus melalui media sosial dapat disimpulkan masuk dalam kategori sedang. Hal ini didapatkan dari nilai rata-rata tingkat intensitas mengikuti pengajian agama sebesar 27,19 dengan SD 3,32, sehingga nilai 27,19 masuk dalam interval 27 - 29 (kategori sedang).
2. Tingkat pemahaman keagamaan mahasiswa juga masuk dalam kategori sedang. Hal ini didapatkan dari nilai rata-rata tingkat pemahaman materi keagamaan jamaah sebesar 57,74 dengan SD 6,940. kesimpulan ini didapat dari nilai 57,74 yang masuk dalam interval 55 - 61 (kategori sedang).
3. Ada hubungan yang signifikan antara intensitas mengikuti dakwahnya Gus Mus melalui media sosial dengan pemahaman keagamaan mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang. Hal ini dibuktikan dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Diketahui bahwa r_{hitung} sebesar 0,641 dan r_{tabel} 0,254. Sesuai pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi maka koefisien korelasi sebesar 0,641 masuk dalam kategori korelasi kuat.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, diharapkan dapat memberi sedikit sumbangan dan ide-ide berupa pemikiran yang digunakan sebagai usaha meningkatkan pemahaman keagamaan mahasiswa agar dapat mendapatkan pemahaman keagamaan yang baik. Adapun saran yang dapat peneliti sumbangkan yaitu:

1. Saran bagi peneliti yang akan datang

Bagi peneliti yang akan datang, hendaknya memperbanyak literasi penelitian kuantitatif agar dapat memberikan sumbangan karya ilmiah yang handal dan mampu bersaing dengan karya ilmiah lainnya, serta memahami tentang sangat pentingnya data.

2. Saran bagi Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang

Adanya penelitian ini diharapkan menjadi bahan atau referensi bagi Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang untuk tetap memperhatikan dan memantau dalam upaya meningkatkan pemahaman keagamaan mahasiswa.

3. Saran bagi mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang

Mahasiswa diharapkan untuk meningkatkan intensitasnya mengikuti dakwah-dakwah keagamaan moderat dan menjauhi dakwah-dakwah intoleran dan radikal agar memperoleh pemahaman materi keagamaan yang baik dan membawa kemaslahatan bagi agama dan negara.

C. Kata Penutup

Ucapan puji syukur kepada Illahi Robbi yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul " Hubungan Antara Intensitas Mengikuti Dakwahnya Gus Mus di Media Sosial dengan Peningkatan Pemahaman Keagamaan Mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo".

Penulis juga mengucapkan banyak terimakasih atas bantuan serta dorongan, baik berupa moral maupun material. Kepada Pembimbing, Dosen Wali, Dosen dan mahasiswa atas kesediaan dan keikhlasannya membantu penelitian ini sampai selesai dan lancar. Tak lupa peneliti ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penuh pada saat penelitian ini berlangsung. Mudah-mudahan amal kebaikan mereka diterima di sisi Allah SWT. *Amiin....*

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan dan kemampuan yang penulis miliki. Dengan segala kerendahan hati penulis sangat mengharapkan saran-saran yang konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya penulis memanjatkan do'a kepada Ilahi Robbi, semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Serta dapat memberikan sumbangan yang positif untuk kemajuan Manajemen Dakwah (MD). Semoga kita senantiasa memperoleh perlindungan dari Allah SWT dan mendapatkan kebahagiaan, baik di dunia maupun di akhirat. *Amiin...*

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Lutfiah Nur. 2011. *Hubungan Pemahaman Tingkat Agama (Religiusitas) dengan Perilaku Seks Bebas pada Remaja di SMAN 1 Bangsal Mojokerto*. dalam Jurnal Keperawatan, Vol. 1 No.1
- Anwar, Ali. 2009. *Stastik Untuk Penelitian Pendidikan dan Aplikasinya dengan SPSS dan Exel*. Kediri : IAIT Pres
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Aripudin, Acep. 2011. *Pengembangan Metode Dakwah*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada
- Arsyana, Leilaneranti. 2013. *Pengaruh Intensitas Pengembangan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Pegawai Negeri Sipil pada Sekretariat Daerah Kabupaten*. Dalam Jurnal Ilmu Politik dan Pemerintahan Lokal, (Vol. 2, Edisi 1, Januari- Juni 2013)
- Amin, Syamsul Munir. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah
- Basit, Abdul. 2013. *Filsafat Dakwah*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada
- Dimiyati dan Mujiono. 1999. *Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Hadi, Sutrisno. 2001. *Metode Reserch*. Yogyakarta: Andi Offset
- Hasanah, Hasyim. 2013. *Pengantar Studi Islam*. Yogyakarta: Penerbit Ombak
- Jalaluddin. 2005. *Psikologi Agama*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Khamadah, Siti Nur. 2008. *Pengaruh Mengikuti Pengajian An Nasikhatul Islamiyah terhadap Peningkatan Silaturahmi Jamaahnya di Kabupaten Kebumen*. Semarang: IAIN Walisongo
- Lister, Martin. 2003. *A Critical Introduction, New Media*. Routledge: London
- Machendrawati, Nanih dan Agus Ahmad Safei. 2001. *Pengembangan Masyarakat Islam dari Edilogi Strategi sampai Tradisi*. Bandung : PT Remaja Rosda Karya
- Muchtar, Aflatun. 2001. *Tunduk Kepada Allah*. Jakarta: Paramadina
- Mulyana, Deddi. 2007. *Metode Penelitian*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya
- Munir, Amin Samsul. 2008. *Rekonstruksi Pemikiran Dakwah Islam*. Jakarta: Sinar Grafika Offset

- Moleong, J. lexy. 1993. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosyadakarya
- Morrisan. 2013. *Teori Komunikasi Massa*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Paramitha, Cindy Rizal Putri. 2011. *Analisis Faktor Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dalam Bidang Kuliner*, Tesis, Fak. Ekonomi (UNDIP, Semarang)
- Saputra, Wahidin. 2011. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Saputra, Wahidin. 2012. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: PT Rajawali Press
- Sardiman. 2003. *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta : Rajawali Press
- Shihab, Quraish. *Wawasan Al-qur'an Tafsir Tematik Atas Pelbagai Persoalan Umat*. Ebook.
- Sudaryono. 2012. *Dasar-dasar Evaluasi Pembelajaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sudaryono. 2017. *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Rajawali Pers
- Sukayat, Tata. 2009. *Kuantum Dakwah*. Jakarta: PT Rineka Dakwah
- Sukiman. 2012. *Pengembangan Sistem Evaluasi*. Yogyakarta: Insan Madani
- Sunaryo, Wowo Kuswana. 2012. *Taksonomi Kognitif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Syafaat, Aat. 2008. *Peranan Agama Islam dalam Mencegah Kenakalan Remaja*. Jakarta: PT Raja Grafindo
- Syukir, Asmuni. 1983. *Dasar-Dasar Strategi Dakwah Islam*. Surabaya: Al-Ikhlash
- Tim Penyusun Kamus Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. 1988. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Uno, Hamzah B. 2008. *Orientasi Baru dalam psikologi Pembelajaran*. Jakarta : PT Bumi Aksara
- Watik, Ahmad dan Abdussalam M. Safro. 1986. *Etika Islam dan Kesehatan*. Jakarta: Rajawali

LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran: 1

Mohon kesediaannya turut serta mengisi kuesioner jika anda Mahasiswa
Mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN
Walisongo

Kuesioner ini merupakan alat pencarian data primer dalam penelitian skripsi
dengan judul “*Hubungan Antara Intensitas Mengikuti Dakwahnya Gus Mus di
Media Sosial dengan Peningkatan Pemahaman Keagamaan Mahasiswa Jurusan
Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo*”

Petunjuk:

1. Isilah identitas pada kolom yang sudah tersedia
2. Pilihlah pernyataan-pernyataan di bawah ini sesuai dengan diri anda
SS : Sangat Setuju
S : Setuju
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

Nama Lengkap :

Jenis Kelamin :

Semester :

Umur :

Kuesioner pemahaman keagamaan

NO	Pernyataan	SS	S	TS	ST
1	Saya selalu mengikuti updetan dakwahnya Gus Mus di media sosial				
2	Saya selalu mencari pandangan Gus Mus di media sosial untuk menambah referensi keilmuan keagamaan				
3	Saya dalam seminggu minimal satu kali membukan link dakwahnya Gus Mus				
4	Gus Mus bukan termasuk ulama' yang saya ikuti pandangannya				

5	Saya tidak pernah melihat/mengikuti dakwahnya Gus Mus di media sosial				
6	Saya memperhatikan tayangan/postingan Gus Mus selalu sampai selesai				
7	Saya selalu membaca sampai selesai updetan atau postingan Gus Mus di media sosial				
8	Saya selalu melewati (tidak melihat/membaca) jika ada postingan dakwahnya Gus Mus				
9	Saya selalu men- <i>share</i> ulang updetan Gus Mus				
10	Saya melihat dakwahnya Gus Mus tidak pernah sampai selesai				

Kuesioner pemahaman keagamaan

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	saya mudah memahami pernyataan-pernyataan Gus Mus				
2	Anjuran-anjuran Gus Mus mudah untuk saya lakukan				
3	Toleransi antar agama memang harus kita lakukan				
4	Saya bisa menghubungkan materi yang disampaikan Gus Mus dengan kehidupan sehari-hari.				
5	Pengucapan takbir untuk menunjukkan bahwa saya itu sangat kecil				
6	Dengan mengikuti dakwahnya Gus Mus memudahkan saya dalam mengambil sikap				
7	Rahmad Allah untuk seluruh makhluk				
8	Saya terlalu sering dilanda keraguan dan keputusasaan				
9	Terlalu banyak konten di medsos membuat saya bisa fokus mengikuti dakwahnya Gus Mus				
10	Dakwahnya Gus Mus hanya sedikit yang berguna dalam kehidupan				

11	Perbedaan hanya akan menimbulkan permusuhan				
12	Ketika menghadapi ujian dari Allah saya tetap menghadapi dengan lapang				
13	Saya sulit memahami pernyataan-pernyataan Gus Mus				
14	Saya berdoa setiap mendapat cobaan dari Allah.				
15	Saya masih kesulitan memahami dalil-dalil yang disampaikan Gus Mus				
16	Saya bisa menjelaskan keterkaitan Pancasila dengan Islam				
17	Islam adalah agama penyempurna untuk agama sebelumnya				
18	Shalat berjama'ah lebih utama dari pada shalat sendiri				
19	Saya tidak bisa memisahkan antara sunnah wudhu dengan rukun wudhu				
20	Syari'at islam harus ditegakkan di Indonesia				
21	Ziarah kubur termasuk perbuatan syirik				

Lampiran 2

Tampilan Kuesioner pada *Google Form*

Section 1 of 3

Kuesioner penelitian skripsi dengan judul "Hubungan Antara Intensitas Mengikuti Dakwahnya Gus Mus di Media Sosial dengan Peningkatan Pemahaman Keagamaan Mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo" Oleh Muhammad Ahsan Asrofi (1501036080)

Mohon kesediaannya turut serta mengisi kuesioner jika Anda Mahasiswa/Mahasiswi Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo.

Petunjuk:

1. Isilah identitas pada kolom yang sudah tersedia
2. Pilihlah pernyataan-pernyataan di bawah ini sesuai dengan diri anda
SS : Sangat Setuju
S : Setuju
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

Nama
Short answer text

Jenis Kelamin
Short answer text

Umur
Short answer text

Semester
Short answer text

Section 2 of 3

Untitled Section

Description (optional)

Saya selalu mengikuti update dakwahnya Gus Mus di media sosial. *

SS
 S
 TS
 STS

Saya selalu mencari pandangan Gus Mus di media sosial untuk menambah referensi keilmuan keagamaan *

SS
 S
 TS
 STS

Saya dalam seminggu minimal satu kali membukukan Link dakwahnya Gus Hus *

SS

S

TS

STS

Gus Hus bukan termasuk ulama yang saya ikuti pandangannya *

SS

S

TS

STS

Saya tidak pernah melihat/mengikuti dakwahnya Gus Hus di media sosial. *

SS

S

TS

Saya memperhatikan tayangan/postingan Gus Hus selalu sampai selesai *

SS

S

TS

STS

Saya selalu membaca sampai selesai updetan atau postingan Gus Hus di media sosial. *

SS

S

TS

STS

Saya selalu melewati (tidak melihat/membaca) jika ada postingan dakwahnya Gus Hus *

SS

S

TS

Saya selalu men-share ulang updetan Gus Hus *

SS

S

TS

STS

Saya melihat dakwahnya Gus Hus tidak pernah sampai selesai *

SS

S

TS

STS

After section 2 Continue to next section

Untitled Section

Description (optional)

saya mudah memahami pernyataan-pernyataan Gus Hus *

- SS
- S
- TS
- STS

Anjuran-anjuran Gus Hus mudah untuk saya lakukan *

- SS
- S
- TS
- STS

Toleransi antar agama memang harus kita lakukan *

- SS
- S
- TS
- STS

Saya bisa menghubungkan materi yang disampaikan Gus Hus dengan kehidupan sehari-hari. *

- SS
- S
- TS
- STS

Pengucapan takbir untuk menunjukkan bahwa saya itu sangat kecil. *

- SS
- S
- TS

Dengan mengikuti dakwahnya Gus Hus memudahkan saya dalam mengambil sikap *

- SS
- S
- TS
- STS

Rahmad Allah untuk seluruh makhluk *

- SS
- S
- TS
- STS

Saya terlalu sering dilanda keraguan dan kepuhasaan *

- SS
- S
- TS

Terlalu banyak konten di medsos membuat saya bisa fokus mengikuti dakwahnya Gus Mus *

SS

S

TS

STS

Dakwahnya Gus Mus hanya sedikit yang berguna dalam kehidupan *

SS

S

TS

STS

Perbedaan hanya akan menimbulkan permusuhan *

SS

S

TS

STS

Ketika menghadapi ujian dari Allah saya tetap menghadapi dengan lapang *

SS

S

TS

STS

Saya sulit memahami pernyataan-pernyataan Gus Mus *

SS

S

TS

STS

Saya berdoa setiap mendapat cobaan dari Allah. *

SS

S

TS

Saya masih kesulitan memahami dalil-dalil yang disampaikan Gus Mus *

SS

S

TS

STS

Saya bisa menjelaskan keterkaitan Pancasila dengan Islam *

SS

S

TS

STS

Islam adalah agama penyempurna untuk agama sebelumnya *

SS

S

TS

Shalat berjamaah lebih utama dari pada shalat sendiri *

- SS
- S
- TS
- STS

Saya tidak bisa memisahkan antara sunnah wudhu dengan rukun wudhu *

- SS
- S
- TS
- STS

Syariat Islam harus ditegakkan di Indonesia *

- SS
- S
- TS

Ziarah kubur termasuk perbuatan syirik *

- SS
- S
- TS
- STS

Lampiran 3

Data Responden

Timestamp	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Semester
02/05/2022 09:09	Afiatus Khaerulana	Perempuan	21	8
02/05/2022 09:13	Muh ilham shofiyan	Laki laki	19	2
02/05/2022 09:18	Wilda Wufqi Nur H	Lakik	20	6
02/05/2022 09:20	Ruswanti	Perempuan	22	8
02/05/2022 09:37	Ulin nikmah	perempuan	21	8
02/05/2022 09:38	Nugroho noto susanto	Laki-laki	22	8
02/05/2022 09:39	Sania Roudlotul Jannah	Perempuan	21	8
02/05/2022 09:42	Reynanda Galih Syabana	Laki laki	22	8
02/05/2022 09:43	Rohmad Kurniawan	Laki-laki	21	8
02/05/2022 09:44	Afifah azmi	Perempuan	21	8
02/05/2022 09:49	Genta VidiAji	Laki-laki	22	8
02/05/2022 10:03	Nurul Aulia Dewi Khusniati	Perempuan	21	7
02/05/2022 10:07	Agni Dzuti Syah Ramadhani	Perempuan	21	8
02/05/2022 10:26	Agung Dwi Saputra	L	21	8
02/05/2022 10:26	Murtafiatul Khasanah	Perempuan	22	8
02/05/2022 10:28	Listasari Nur Aprillia	Perempuan	22	8
02/05/2022 10:44	Yusuf	Lk	20	5
02/05/2022 11:06	Inayatul Fauzizah	perempuan	21	8
02/05/2022 11:16	Via	Perempuan	23	10
02/05/2022 11:18	Hikmah imani putri	Perempuan	22	8
02/05/2022 11:30	Rafika Setiya Ningrum	Perempuan	20	6
02/05/2022 11:39	Sephia Firdaus Dilla	Perempuan	20	8
02/05/2022 11:53	m addin	laki-laki	21	8
02/05/2022 16:04	Ann	Perempuan	24	9
02/05/2022 16:19	Destananda farhan helmi	Pria	19	2
02/05/2022 16:38	Rulia	perempuan	21	8
02/05/2022 18:32	Zidane Alwi	Lakik	20	6
02/05/2022 19:05	Duwik Wulan Sari	Perempuan	20	6
02/06/2022 00:35	Wahyu Indarwati	Wanita	21	8
02/06/2022 06:08	Faza Amalia	Perempuan	22	10
02/08/2022 10:20	Laily Dwi Rahmawati	Perempuan	22	8
02/08/2022 19:15	Novia Ekin	Perempuan	19	5
02/08/2022 19:21	Siti Sulistiawati	Perempuan	20	6
02/08/2022 19:21	Putri Ismi Rahma Aulia	Perempuan	20	6

02/08/2022 19:27	Novita Anggraeni	Perempuan	21	8
02/08/2022 19:28	Laila Ariibatun Nisak	Perempuan	20	6
02/08/2022 19:28	Dewi Permatasari	Perempuan	21	6
02/08/2022 19:36	Dewi haniah	Perempuan	20	6
02/08/2022 19:43	Dita Afifah Alwi	Perempuan	21	6
02/08/2022 19:57	A Qoyum	Pria	22	6
02/08/2022 20:11	Fasikhatun Nutqi	Perempuan	19	6
08/02/2022 20:39	Ahmad sholakhudin	Lanang	21	6
09/02/2022 13:20	Maratus sholikhah	Perempuan	21	8
09/02/2022 14:08	MOCH.FAIZ AL MUNAJJAH	LAKI LAKI	20	6
09/02/2022 15:07	Diky Arianto	Laki-laki	21	6
11/02/2022 14:25	Alifa	Perempuan	20	6
11/02/2022 14:30	Hamzah	Laki laki	19	2
11/02/2022 14:32	Nur U	Lakik	20	6
11/02/2022 14:40	Annasya	Perempuan	22	8
11/02/2022 14:50	Reza	perempuan	21	8
11/02/2022 14:52	Koliq	Laki-laki	22	8
11/02/2022 14:52	maimunah	Perempuan	21	8
11/02/2022 14:55	m addin	Laki laki	22	8
11/02/2022 14:55	m hilmi	Laki-laki	21	8
12/02/2022 08:25	Auni	Perempuan	21	8
12/02/2022 09:54	ulil b	Laki-laki	22	8
12/02/2022 09:42	nisa a	Perempuan	21	7
13/02/2022 10:04	rahma n	Perempuan	21	8
13/02/2022 10:06	Nizam	L	21	8
13/02/2022 10:10	Rifka anggaini	Perempuan	22	8
13/02/2022 10:20	Tia Lestari	Perempuan	22	8
13/02/2022 10:47	A Halim	Lk	20	5

Lampiran 4

Jawaban Responden pada variable Intensitas Mengikuti Dakwahnya Gus Mus melalui Media Sosial

Responden	Saya selalu mengikuti updetaan dakwahnya Gus Mus di media sosial	Saya selalu mencari pandangan Gus Mus di media sosial untuk menambah referensi keilmuan keagamaan	Saya dalam seminggu minimal satu kali membukan link dakwahnya Gus Mus	Gus Mus bukan termasuk ulama' yang saya ikuti pandangannya	Saya tidak pernah melihat/mengikuti dakwahnya Gus Mus di media sosial	Saya memperhatikan tayangan/postingan Gus Mus selalu sampai selesai	Saya selalu membaca sampai selesai updetaan atau postingan Gus Mus di media sosial	Saya selalu melewati (tidak melihat/membaca) jika ada postingan dakwahnya Gus Mus	Saya selalu men-share ulang updetaan Gus Mus	Saya melihat dakwahnya Gus Mus tidak pernah sampai selesai
1	S	S	S	TS	TS	S	S	TS	S	TS
2	S	S	S	STS	STS	S	S	TS	TS	S
3	SS	S	S	STS	TS	S	S	TS	TS	TS
4	TS	TS	TS	STS	STS	S	TS	STS	TS	TS
5	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
6	TS	S	TS	TS	TS	S	TS	TS	TS	S
7	TS	TS	STS	TS	TS	S	S	TS	S	TS
8	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
9	S	S	TS	TS	TS	TS	SS	TS	SS	TS
10	S	S	S	STS	STS	S	S	TS	TS	TS
11	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	S
12	S	S	S	TS	TS	S	S	TS	S	S
13	TS	S	TS	TS	S	TS	TS	S	TS	S
14	TS	TS	TS	S	TS	TS	TS	TS	STS	TS
15	SS	SS	SS	TS	TS	S	SS	TS	S	TS
16	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS
17	TS	S	S	S	S	S	S	TS	TS	TS
18	S	S	TS	S	TS	S	TS	TS	TS	TS
19	S	S	TS	S	TS	TS	S	TS	TS	S
20	S	S	TS	STS	TS	S	S	TS	TS	STS
21	S	SS	TS	STS	TS	S	S	STS	S	TS
22	TS	TS	TS	S	TS	TS	TS	TS	TS	TS
23	TS	TS	S	TS	TS	TS	TS	TS	TS	S
24	TS	SS	TS	STS	TS	S	S	STS	SS	TS
25	S	S	S	STS	STS	TS	TS	TS	S	S

26	S	SS	S	STS	STS	S	S	TS	S	TS
27	SS	STS	S	S	TS	STS	SS	STS	TS	S
28	S	SS	TS	SS	S	S	SS	TS	S	TS
29	TS	TS	STS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS
30	S	S	S	STS	TS	S	S	TS	TS	S
31	S	TS	TS	TS	STS	S	S	TS	TS	TS
32	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
33	S	S	TS	TS	S	S	TS	TS	TS	S
34	SS	S	TS	SS	S	SS	S	S	SS	S
35	S	S	TS	TS	TS	TS	TS	TS	S	TS
36	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS
37	S	S	S	S	TS	TS	S	S	TS	S
38	TS	TS	TS	TS	TS	S	S	TS	TS	TS
39	S	S	S	TS	TS	SS	SS	TS	S	TS
40	S	S	S	S	S	S	TS	S	S	S
41	S	SS	TS	S	S	S	S	S	S	S
42	TS	S	SS	S	S	TS	STS	TS	TS	TS
43	TS	STS	STS	STS	TS	TS	TS	SS	TS	STS
44	SS	SS	S	TS	TS	S	S	TS	S	TS
45	S	S	TS	TS	TS	S	S	S	TS	TS
46	TS	S	TS	STS	STS	S	S	STS	S	TS
47	S	S	S	STS	STS	S	S	TS	TS	S
48	SS	S	S	STS	TS	S	S	TS	TS	TS
49	TS	TS	TS	STS	STS	S	TS	STS	TS	TS
50	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
51	TS	S	TS	TS	TS	S	TS	TS	TS	S
52	TS	TS	STS	TS	TS	S	S	TS	S	TS
53	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
54	S	S	TS	TS	TS	TS	SS	TS	SS	TS
55	S	S	S	STS	STS	S	S	TS	TS	TS
56	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	S
57	S	S	S	TS	TS	S	S	TS	S	S
58	TS	S	TS	TS	S	TS	TS	S	TS	S
59	TS	TS	TS	S	TS	TS	TS	TS	STS	TS
60	SS	SS	SS	TS	TS	S	SS	TS	S	TS
61	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS
62	TS	S	S	S	S	S	S	TS	TS	TS

Jawaban Responden pada variable Pemahaman Keagamaan

Responden	saya mudah memahami pernyataan-pernyataan Gus Mus	Anjuran-anjuran Gus Mus mudah untuk saya lakukan	Toleransi antar agama memang harus kita lakukan sebagai umat yang beriman, memeluk agama yang disampaikan Gus Mus dengan kehidupan sehari-hari.	Pengucapan takbir untuk menunjukkan bahwa saya itu sangat kecil	Dengan mengikuti dakwahnya Gus Mus memudahkan saya dalam mengambil sikap	Rahmad Allah untuk seluruh makhluk	Saya terlalu sering dilanda keraguan dan keputusasaan	Terlalu banyak konten di medsos membuat saya bisa fokus mengikuti dakwahnya Gus Mus	Dakwahnya Gus Mus hanya sedikit yang berguna dalam kehidupan	Perbedaan hanya akan menimbulkan permusuhan	Ketika menghadapi ujian dari Allah saya tetap menghadapi dengan lapang	Saya sulit memahami pernyataan-pernyataan Gus Mus	Saya berdoa setiap mendapat cobaan dari Allah.	Saya masih kesulitan memahami dalil-dalil yang disampaikan Gus Mus	Saya bisa menjelaskan keterkaitan Pancasila dengan Islam	Islam adalah agama penyempurna untuk agama sebelumnya	Shalat berjama'ah lebih utama dari pada shalat sendiri	Saya tidak bisa memisahkan antara sunnah wudhu dengan rukun wudhu	Syariat Islam harus ditegakkan di Indonesia	
1	S	S	S	S	S	S	S	S	TS	TS	S	TS	SS	TS	S	S	S	TS	S	TS
2	S	S	S	S	SS	S	SS	S	TS	S	TS	S	S	S	S	S	SS	TS	TS	SS
3	S	S	SS	SS	SS	S	SS	SS	S	TS	SS	S	S	S	S	SS	SS	SS	SS	SS
4	SS	SS	SS	SS	S	S	SS	TS	TS	STS	STS	SS	TS	SS	TS	S	SS	SS	TS	S
5	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
6	S	SS	SS	S	S	S	SS	TS	S	TS	SS	S	TS	S	S	S	SS	TS	S	SS
7	S	S	SS	S	S	S	SS	TS	S	TS	STS	SS	TS	S	TS	S	SS	SS	S	S
8	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
9	SS	S	SS	SS	S	S	SS	S	TS	TS	TS	S	TS	S	TS	S	SS	SS	STS	TS
10	S	S	SS	SS	S	S	S	S	S	STS	STS	SS	STS	SS	TS	S	SS	SS	STS	S
11	TS	TS	S	TS	S	S	S	S	TS	TS	TS	S	S	S	S	TS	S	S	TS	S
12	S	S	SS	S	S	S	SS	S	S	TS	TS	S	TS	S	S	S	SS	S	TS	S
13	TS	TS	S	S	S	S	SS	TS	TS	S	SS	SS	TS	SS	TS	S	SS	SS	TS	TS
14	SS	S	SS	SS	SS	S	SS	TS	TS	S	TS	SS	SS	S	TS	S	SS	SS	TS	SS
15	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	S	S	TS	TS	S	TS	S	TS	S	SS	SS	TS	TS
16	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS
17	S	S	TS	S	S	S	TS	TS	S	S	S	TS	S	S	S	S	S	SS	S	TS
18	S	S	S	S	SS	S	SS	S	S	TS	TS	SS	TS	SS	TS	TS	SS	SS	TS	SS
19	S	S	SS	S	S	SS	SS	S	S	S	SS	SS	TS	SS	TS	SS	SS	SS	TS	SS
20	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	S	TS	STS	SS	TS	SS	TS	S	S	SS	S	SS
21	S	S	S	S	S	S	S	TS	TS	TS	S	S	TS	S	TS	S	S	S	TS	TS

2	TS	TS	S	S	S	S	S	S	TS	TS	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	T
3	S	S	S	S	S	S	S	S	TS	TS	TS	S	TS	S	TS	S	S	S	TS	TS	T
4	SS	SS	SS	SS	S	S	SS	TS	TS	STS	SS	SS	TS	S	TS	S	SS	S	S	SS	T
5	S	SS	SS	S	S	S	SS	TS	TS	TS	SS	S	TS	S	TS	S	S	SS	STS	S	ST
6	SS	SS	SS	SS	SS	S	SS	TS	S	STS	STS	S	STS	SS	TS	SS	SS	SS	TS	STS	ST
7	S	TS	STS	TS	S	SS	TS	TS	S	STS	SS	TS	SS	TS	TS	STS	TS	TS	TS	SS	S
8	SS	SS	SS	S	TS	SS	SS	TS	TS	TS	SS	SS	TS	SS	TS	SS	SS	SS	STS	S	ST
9	TS	S	S	S	TS	S	S	STS	TS	STS	TS	S	TS	SS	TS	TS	S	SS	S	SS	ST
0	SS	S	SS	SS	SS	S	SS	TS	S	TS	SS	S	TS	S	TS	SS	SS	SS	STS	S	ST
1	S	S	SS	S	SS	S	SS	TS	S	STS	STS	S	TS	S	TS	S	SS	SS	STS	S	ST
2	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
3	S	S	S	S	S	SS	SS	SS	S	TS	TS	S	TS	SS	TS	TS	SS	SS	TS	SS	ST
4	S	S	SS	S	S	S	SS	SS	SS	STS	SS	SS	TS	SS	TS	S	SS	SS	TS	SS	ST
5	S	S	S	S	S	S	SS	SS	S	SS	TS	S	TS	SS	TS	S	S	SS	TS	SS	ST
6	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	S
7	SS	SS	S	S	S	S	TS	TS	S	TS	S	S	S	S	TS	TS	S	S	TS	S	T
8	S	TS	S	S	TS	S	S	S	TS	TS	S	S	TS	S	TS	S	S	S	TS	S	T
9	S	S	SS	S	SS	S	SS	S	S	TS	TS	SS	TS	SS	TS	S	SS	SS	TS	TS	T
0	SS	S	SS	S	S	S	SS	S	S	TS	S	S	TS	S	TS	S	S	SS	TS	S	ST
1	S	S	S	S	S	SS	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
2	S	TS	S	SS	S	S	STS	TS	TS	TS	TS	TS	STS	S	TS	TS	STS	TS	TS	SS	S
3	TS	S	S	S	S	S	S	S	TS	S	TS	SS	S	S	S	S	SS	SS	SS	SS	S
4	SS	S	S	S	TS	SS	SS	TS	SS	TS	S	SS	TS	S	TS	TS	SS	SS	S	SS	T
5	S	S	SS	S	SS	S	SS	S	S	TS	SS	SS	TS	SS	TS	S	SS	SS	STS	S	ST
6	SS	S	S	SS	SS	SS	SS	TS	S	STS	TS	SS	TS	TS	TS	S	SS	S	STS	STS	ST
7	S	S	S	S	SS	S	SS	S	TS	S	TS	S	TS	S	S	S	S	SS	TS	TS	ST
8	S	S	SS	SS	SS	S	SS	SS	S	TS	SS	S	TS	S	S	S	SS	SS	SS	SS	ST
9	SS	SS	SS	SS	S	S	SS	TS	TS	STS	STS	SS	TS	SS	TS	S	SS	SS	TS	S	ST
0	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
1	S	SS	SS	S	S	S	SS	TS	S	TS	SS	S	TS	S	S	S	S	SS	TS	S	ST
2	S	S	SS	S	S	S	SS	TS	S	TS	STS	SS	TS	S	TS	S	SS	SS	S	S	ST
3	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
4	SS	S	SS	SS	S	S	SS	S	TS	TS	TS	S	TS	S	TS	S	SS	SS	STS	TS	ST
5	S	S	SS	SS	S	S	S	S	S	STS	STS	SS	STS	SS	TS	S	SS	SS	STS	S	ST
6	TS	TS	S	TS	S	S	S	S	TS	TS	TS	S	S	S	S	TS	S	S	TS	S	ST
7	S	S	SS	S	S	S	SS	S	S	TS	TS	S	TS	S	S	S	SS	S	TS	S	T
8	TS	TS	S	S	S	S	SS	TS	TS	S	SS	SS	TS	SS	TS	S	SS	SS	TS	TS	ST
9	SS	S	SS	SS	SS	S	SS	TS	TS	S	TS	SS	SS	S	TS	S	SS	SS	TS	SS	S
0	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	S	S	TS	TS	S	TS	S	TS	S	SS	SS	TS	TS	ST
1	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	TS	T
2	S	S	TS	S	S	S	TS	TS	S	S	S	TS	S	S	S	S	S	S	SS	S	T

Lampiran 6

Hasil Skoring Jawaban Responden

Respo nden	Sekor jawaban Skala Intensitas											total	Sekor jawaban Skala Pemahaman Keagamaan															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1		2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	
2	3	3	3	4	4	3	3	3	2	2	30	3	3	3	3	4	3	4	2	3	2	3	3	3	3	2	3	
3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	31	3	3	4	4	4	4	4	1	2	3	1	3	3	3	2	3	
4	2	2	2	4	4	3	2	4	2	3	28	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	
5	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	26	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	
6	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	25	3	4	4	3	3	3	4	3	2	3	1	3	3	3	2	3	
7	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	26	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	3	3	
8	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	26	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	
9	3	3	2	3	3	2	4	3	4	3	30	4	3	4	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	
10	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	31	3	3	4	4	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	3	3	
11	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	23	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	29	3	3	4	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	2	3	
13	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	22	2	2	3	3	3	3	4	3	3	2	1	4	3	4	3	3	
14	2	2	2	2	3	2	2	3	1	3	22	4	3	4	4	4	3	4	3	3	2	3	4	1	3	3	3	
15	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	34	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	
16	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	24	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	
17	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	26	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	
18	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	26	3	3	3	3	4	3	4	2	2	3	3	4	3	4	3	2	
19	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	25	3	3	4	3	3	4	4	2	2	2	1	4	3	4	3	4	
20	3	3	2	4	3	3	3	3	2	4	30	4	4	4	4	4	4	4	1	2	3	4	4	3	4	3	3	
21	3	4	2	4	3	3	3	4	3	3	32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	
22	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	23	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	
23	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	24	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	
24	2	4	2	4	3	3	3	4	4	3	32	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	1	4	3	3	3	3	
25	3	3	3	4	4	2	2	3	3	2	29	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	1	3	3	3	3	3	
26	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	33	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	4	3	4	4	3	4	
27	4	1	3	2	3	1	4	4	2	2	26	3	2	1	2	3	4	2	3	2	4	1	2	1	2	3	1	
28	3	4	2	1	2	3	4	3	3	3	28	4	4	4	3	2	4	4	3	3	3	1	4	3	4	3	4	
29	2	2	1	3	3	2	2	3	2	3	23	2	3	3	3	2	2	3	4	3	4	3	3	3	4	3	2	
30	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	29	4	3	4	4	4	3	4	3	2	3	1	3	3	3	3	4	
31	3	2	2	3	4	3	3	3	2	3	28	3	3	4	3	4	3	4	3	2	4	4	3	3	3	3	3	
32	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	26	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	
33	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	25	3	3	3	3	3	4	4	1	2	3	3	3	3	4	3	2	
34	4	3	2	1	2	4	3	2	4	2	27	3	3	4	3	3	3	4	1	1	4	1	4	3	4	3	3	
35	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	27	3	3	3	3	3	3	4	1	2	1	3	3	3	4	3	3	
36	4	4	4	1	1	4	4	1	4	2	29	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	4	1	4	1	4	

37	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	25	4	4	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	
38	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	26	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	
39	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	32	3	3	4	3	4	3	4	2	2	3	3	4	3	4	3	3	
40	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	25	4	3	4	3	3	3	4	2	2	3	2	3	3	3	3	3	
41	3	4	2	2	2	3	3	2	3	2	26	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	
42	2	3	4	2	2	2	1	3	2	3	24	3	2	3	4	3	3	1	3	3	3	3	2	4	3	3	2	
43	2	1	1	4	3	2	2	1	2	2	20	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	2	3	2	3	
44	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32	4	3	3	3	2	4	4	3	1	3	2	4	3	3	3	2	
45	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	27	3	3	4	3	4	3	4	2	2	3	1	4	3	4	3	3	
46	2	3	2	4	4	3	3	4	3	3	31	4	3	3	4	4	4	4	3	2	4	3	4	3	2	3	3	
47	3	3	3	4	4	3	3	3	2	2	30	3	3	3	3	4	3	4	2	3	2	3	3	3	3	2	3	
48	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	31	3	3	4	4	4	3	4	1	2	3	1	3	3	3	2	3	
49	2	2	2	4	4	3	2	4	2	3	28	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	
50	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	26	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	
51	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	25	3	4	4	3	3	3	4	3	2	3	1	3	3	3	2	3	
52	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	26	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	3	3	
53	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	26	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	
54	3	3	2	3	3	2	4	3	4	3	30	4	3	4	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	
55	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	31	3	3	4	4	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	3	3	
56	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	23	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	
57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	29	3	3	4	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	2	3	
58	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	22	2	2	3	3	3	3	4	3	3	2	1	4	3	4	3	3	
59	2	2	2	2	3	2	2	3	1	3	22	4	3	4	4	4	3	4	3	3	2	3	4	1	3	3	3	
60	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	34	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	
61	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	24	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	
62	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	26	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3

Lampiran 7
 Hasil Uji Validitas Intensitas

		Correlations										TOTAL
		X01	X02	X03	X04	X05	X06	X07	X08	X09	X10	
X01	Pearson Correlation	1	.495**	.557**	-.108	-.100	.347**	.634**	-.176	.410**	-.184	.60
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.401	.439	.006	.000	.172	.001	.151	.0
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X02	Pearson Correlation	.495**	1	.475**	-.058	-.243	.521**	.421**	-.096	.529**	-.160	.60
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.654	.057	.000	.001	.458	.000	.214	.0
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X03	Pearson Correlation	.557**	.475**	1	-.127	-.159	.251*	.330**	-.120	.163	-.324*	.44
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.326	.218	.049	.009	.353	.205	.010	.0
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X04	Pearson Correlation	-.108	-.058	-.127	1	.742**	-.001	-.103	.453**	-.155	.368**	.45
	Sig. (2-tailed)	.401	.654	.326		.000	.993	.428	.000	.228	.003	.0
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X05	Pearson Correlation	-.100	-.243	-.159	.742*	1	-.125	-.059	.605**	-.264*	.378**	.38
	Sig. (2-tailed)	.439	.057	.218	.000		.332	.650	.000	.038	.002	.0
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X06	Pearson Correlation	.347**	.521**	.251*	-.001	-.125	1	.390**	-.129	.392**	-.060	.52
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.049	.993	.332		.002	.318	.002	.641	.0
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X07	Pearson Correlation	.634**	.421**	.330**	-.103	-.059	.390**	1	-.016	.552**	-.002	.65
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.009	.428	.650	.002		.904	.000	.988	.0
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X08	Pearson Correlation	-.176	-.096	-.120	.453*	.605**	-.129	-.016	1	-.155	.353**	.35
	Sig. (2-tailed)	.172	.458	.353	.000	.000	.318	.904		.228	.005	.0
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X09	Pearson Correlation	.410**	.529**	.163	-.155	-.264*	.392**	.552**	-.155	1	-.157	.48
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.205	.228	.038	.002	.000	.228		.222	.0
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
X10	Pearson Correlation	-.184	-.160	-.324*	.368*	.378**	-.060	-.002	.353**	-.157	1	.2
	Sig. (2-tailed)	.151	.214	.010	.003	.002	.641	.988	.005	.222		.0
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62

TOTAL	Pearson Correlation	.605**	.606**	.441**	.452*	.388**	.524**	.653**	.359**	.483**	.234	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.004	.000	.067	
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 8
 Hasil Uji Validitas Variabel Pemahaman Keagamaan

		Correlations																	
		Y01	Y02	Y03	Y04	Y05	Y06	Y07	Y08	Y09	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18
Y01	Pearson Correlation	1	.684*	.491*	-	-	.444*	.397**	-.002	-	.146	.076	.270*	.017	.082	.255*	.371*	.375*	.326*
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.004	.000	.001	.989	.036	.256	.555	.034	.894	.528	.046	.003	.003	.000
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y02	Pearson Correlation	.684*	1	.575*	-	-	.340*	.454**	-.001	-	.124	.018	.309*	.111	.298*	.003	.458*	.386*	.491*
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.020	.007	.000	.996	.026	.338	.888	.014	.391	.019	.979	.000	.002	.000
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y03	Pearson Correlation	.491*	.575*	1	-	-	.129	.736**	-.186	-.145	.212	.096	.592*	.344*	.420*	.133	.602*	.665*	.703*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.002	.318	.000	.148	.262	.098	.457	.000	.006	.001	.304	.000	.000	.000
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y04	Pearson Correlation	-	-	-	1	.502*	-	-.387**	.110	.086	-.152	-.163	-	-.240	-	-.162	-	-	-.461*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.046	.002	.395	.508	.238	.207	.003	.060	.028	.210	.000	.000	.000
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y05	Pearson Correlation	-	-	-	.502*	1	-.217	-.440**	.308*	.231	.090	-.088	-.230	.081	-.116	.114	-	-	-.401*
	Sig. (2-tailed)	.004	.020	.002	.000		.090	.000	.015	.071	.485	.497	.072	.530	.370	.379	.012	.003	.000
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y06	Pearson Correlation	.444*	.340*	.129	-	-.217	1	.285*	-.217	-	-.035	-.144	.280*	-.139	.188	.014	.138	.276*	.281*
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.318	.046	.090		.025	.091	.001	.787	.264	.028	.281	.144	.914	.284	.030	.000
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y07	Pearson Correlation	.397*	.454*	.736*	-	-	.285*	1	-.226	-.161	.040	-.023	.646*	.202	.383*	.114	.502*	.775*	.803*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62

	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.002	.000	.025		.077	.211	.756	.858	.000	.115	.002	.379	.000	.000	.00	
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y08	Pearson Correlation	-.002	-.001	-.186	.110	.308*	-.217	-.226	1	.365*	.285*	.043	-.091	.026	-.253*	.339*	-.156	-.157	-.11	
	Sig. (2-tailed)	.989	.996	.148	.395	.015	.091	.077		.004	.025	.742	.484	.841	.048	.007	.227	.224	.18	
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y09	Pearson Correlation	-.268*	-.282*	-.145	.086	.231	-.397*	-.161	.365*	1	.041	.165	-.111	.032	-.157	.192	-.138	-.235	-.16	
	Sig. (2-tailed)	.036	.026	.262	.508	.071	.001	.211	.004		.755	.200	.390	.805	.223	.134	.284	.066	.20	
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y10	Pearson Correlation	.146	.124	.212	-.152	.090	-.035	.040	.285*	.041	1	.280*	.082	.503*	.007	.505*	-.243	.134	-.00	
	Sig. (2-tailed)	.256	.338	.098	.238	.485	.787	.756	.025	.755		.028	.527	.000	.957	.000	.057	.300	.98	
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y11	Pearson Correlation	.076	.018	.096	-.163	-.088	-.144	-.023	.043	.165	.280*	1	.078	.269*	.071	.268*	-.146	.067	.09	
	Sig. (2-tailed)	.555	.888	.457	.207	.497	.264	.858	.742	.200	.028		.547	.034	.586	.035	.258	.602	.68	
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y12	Pearson Correlation	.270*	.309*	.592*	-.376*	-.230	.280*	.646**	-.091	-.111	.082	.078	1	.092	.564*	.238	.374*	.735*	.64	
	Sig. (2-tailed)	.034	.014	.000	.003	.072	.028	.000	.484	.390	.527	.547		.478	.000	.063	.003	.000	.00	
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y13	Pearson Correlation	.017	.111	.344*	-.240	.081	-.139	.202	.026	.032	.503*	.269*	.092	1	.304*	.465*	.136	.132	.24	
	Sig. (2-tailed)	.894	.391	.006	.060	.530	.281	.115	.841	.805	.000	.034	.478		.016	.000	.293	.306	.09	
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y14	Pearson Correlation	.082	.298*	.420*	-.279*	-.116	.188	.383**	-.253*	-.157	.007	.071	.564*	.304*	1	.188	.356*	.444*	.60	
	Sig. (2-tailed)	.528	.019	.001	.028	.370	.144	.002	.048	.223	.957	.586	.000	.016		.144	.004	.000	.00	
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y15	Pearson Correlation	.255*	.003	.133	-.162	.114	.014	.114	.339*	.192	.505*	.268*	.238	.465*	.188	1	-.145	.139	.19	
	Sig. (2-tailed)	.046	.979	.304	.210	.379	.914	.379	.007	.134	.000	.035	.063	.000	.144		.262	.280	.22	
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62

Y16	Pearson Correlation	.371*	.458*	.602*	-	-	.138	.502**	-.156	-.138	-.243	-.146	.374*	.136	.356*	-.145	1	.500*	.47
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.012	.284	.000	.227	.284	.057	.258	.003	.293	.004	.262		.000	.00
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y17	Pearson Correlation	.375*	.386*	.665*	-	-	.276*	.775**	-.157	-.235	.134	.067	.735*	.132	.444*	.139	.500*	1	.73
	Sig. (2-tailed)	.003	.002	.000	.000	.003	.030	.000	.224	.066	.300	.602	.000	.306	.000	.280	.000		.00
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y18	Pearson Correlation	.329*	.491*	.704*	-	-	.246	.806**	-.171	-.163	-.002	.057	.645*	.246	.601*	.158	.477*	.738*	
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.000	.000	.001	.054	.000	.184	.205	.986	.659	.000	.054	.000	.221	.000	.000	
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y19	Pearson Correlation	.185	-.009	.255*	-.046	-.022	-.037	.217	.197	.241	.414*	.182	.120	.425*	.091	.592*	.011	.110	.13
	Sig. (2-tailed)	.150	.946	.045	.722	.866	.778	.091	.126	.059	.001	.157	.352	.001	.483	.000	.933	.397	.30
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y20	Pearson Correlation	.000	-.034	-.060	.036	-.071	-.190	.028	.237	.255*	.112	.224	-.166	.305*	-.221	.121	.190	.000	-.10
	Sig. (2-tailed)	1.000	.793	.641	.784	.585	.140	.829	.063	.046	.387	.080	.197	.016	.084	.349	.139	1.000	.40
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y21	Pearson Correlation	.063	.181	.433*	-.147	-.082	-.032	.488**	.015	.082	.412*	.156	.178	.675*	.305*	.381*	.172	.339*	.51
	Sig. (2-tailed)	.626	.158	.000	.254	.528	.807	.000	.910	.526	.001	.225	.166	.000	.016	.002	.181	.007	.00
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62
Y22	Pearson Correlation	.426*	.469*	.686*	-	-.137	.135	.660**	.181	.097	.498*	.358*	.569*	.616*	.458*	.580*	.389*	.624*	.65
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.001	.288	.295	.000	.158	.453	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.00
	N	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62	62

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 9

Nilai angket setelah dikurangi aitem yang tidak valid

Responden	Sekor jawaban variabel Pemahaman Keagamaan																					total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	
1	3	3	3	3	3	3	3			3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	57
2	3	3	3	3	4	3	4			2	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	59
3	3	3	4	4	4	4	4			3	1	3	3	3	2	3	4	4	1	1	4	58
4	4	4	4	4	3	4	4			4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	2	4	69
5	3	3	3	3	3	3	3			2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	50
6	3	4	4	3	3	3	4			3	1	3	3	3	2	3	3	4	3	2	4	58
7	3	3	4	3	3	3	4			3	4	4	3	3	3	3	4	4	2	2	4	62
8	3	3	3	3	3	3	3			2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	50
9	4	3	4	4	3	3	4			3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	65
10	3	3	4	4	3	3	3			4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	2	4	67
11	2	2	3	2	3	3	3			3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	4	51
12	3	3	4	3	3	3	4			3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	2	3	58
13	2	2	3	3	3	3	4			2	1	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	58
14	4	3	4	4	4	3	4			2	3	4	1	3	3	3	4	4	3	1	2	59
15	4	4	4	4	4	4	4			3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	67
16	2	2	2	2	2	2	2			3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	45
17	3	3	2	3	3	3	2			2	2	2	2	3	2	3	3	3	1	2	3	47
18	3	3	3	3	4	3	4			3	3	4	3	4	3	2	4	4	3	1	3	60
19	3	3	4	3	3	4	4			2	1	4	3	4	3	4	4	4	3	1	4	61
20	4	4	4	4	4	4	4			3	4	4	3	4	3	3	3	4	2	1	4	66
21	3	3	3	3	3	3	3			3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	56
22	2	2	3	3	3	3	3			3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	50
23	3	3	3	3	3	3	3			3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57
24	4	4	4	4	3	3	4			4	1	4	3	3	3	3	4	3	2	1	3	60
25	3	4	4	3	3	3	4			3	1	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	60
26	4	4	4	4	4	3	4			4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	72
27	3	2	1	2	3	4	2			4	1	2	1	2	3	1	2	2	3	1	1	40
28	4	4	4	3	2	4	4			3	1	4	3	4	3	4	4	4	4	2	4	65
29	2	3	3	3	2	2	3			4	3	3	3	4	3	2	3	4	2	1	4	54
30	4	3	4	4	4	3	4			3	1	3	3	3	3	4	4	4	4	2	4	64
31	3	3	4	3	4	3	4			4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	2	4	65
32	3	3	3	3	3	3	3			2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	50
33	3	3	3	3	3	4	4			3	3	3	3	4	3	2	4	4	3	1	4	60
34	3	3	4	3	3	3	4			4	1	4	3	4	3	3	4	4	3	1	4	61
35	3	3	3	3	3	3	4			1	3	3	3	4	3	3	3	4	3	1	4	57
36	4	4	4	4	4	4	4			1	1	4	1	4	1	4	4	4	1	1	1	55

37	4	4	3	3	3	3	2			3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	54
38	3	2	3	3	2	3	3			3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	53
39	3	3	4	3	4	3	4			3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	64
40	4	3	4	3	3	3	4			3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	4	60
41	3	3	3	3	3	4	3			2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	51
42	3	2	3	4	3	3	1			3	3	2	4	3	3	2	1	2	3	1	2	48
43	2	3	3	3	3	3	3			2	3	4	2	3	2	3	4	4	1	1	1	50
44	4	3	3	3	2	4	4			3	2	4	3	3	3	2	4	4	2	1	3	57
45	3	3	4	3	4	3	4			3	1	4	3	4	3	3	4	4	4	2	4	63
46	4	3	3	4	4	4	4			4	3	4	3	2	3	3	4	3	4	4	4	67
47	3	3	3	3	4	3	4			2	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	59
48	3	3	4	4	4	3	4			3	1	3	3	3	2	3	4	4	1	1	4	57
49	4	4	4	4	3	3	4			4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	2	4	68
50	3	3	3	3	3	3	3			2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	50
51	3	4	4	3	3	3	4			3	1	3	3	3	2	3	3	4	3	2	4	58
52	3	3	4	3	3	3	4			3	4	4	3	3	3	3	4	4	2	2	4	62
53	3	3	3	3	3	3	3			2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	50
54	4	3	4	4	3	3	4			3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	65
55	3	3	4	4	3	3	3			4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	2	4	67
56	2	2	3	2	3	2	3			3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	4	50
57	3	3	4	3	3	3	4			3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	2	3	58
58	2	2	3	3	3	3	4			2	1	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	58
59	4	3	4	4	4	3	4			2	3	4	1	3	3	3	4	4	3	1	2	59
60	4	4	4	4	4	4	4			3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	67
61	2	2	2	2	2	2	2			3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	45
62	3	3	2	3	3	3	2			2	2	2	2	3	2	3	3	3	1	2	3	47

Lampiran 10

Hasil Uji Reabilitas setiap item skala intensitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	24.45	8.776	.460	.588
x2	24.35	8.626	.471	.584
x3	24.73	9.383	.268	.630
x4	24.31	9.429	.176	.658
x5	24.31	9.888	.170	.649
x6	24.48	9.336	.393	.607
x7	24.44	8.512	.514	.575
x8	24.35	9.938	.185	.645
x9	24.71	9.291	.307	.621
x10	24.61	10.077	.214	.638

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.645	10

Lampiran 11

Hasil Uji Reabilitas setiap item skala pemahaman keagamaan

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	59.27	43.448	.485	.824
Y2	59.37	43.745	.481	.824
Y3	59.02	41.164	.722	.812
Y4	59.19	43.241	.577	.821
Y5	59.24	45.268	.304	.831
Y6	59.27	46.432	.192	.835
Y7	58.94	41.242	.654	.815
Y8	60.08	47.747	-.023	.846
Y9	60.08	48.141	-.057	.844
Y10	59.56	44.053	.346	.830
Y11	59.98	44.147	.209	.842
Y12	59.16	43.252	.532	.822
Y13	59.69	43.200	.486	.823
Y14	59.18	44.738	.393	.828
Y15	59.77	44.669	.448	.826
Y16	59.53	44.679	.416	.827
Y17	58.97	42.065	.634	.817
Y18	58.87	42.278	.666	.816
Y19	59.66	42.556	.432	.826
Y20	60.42	45.493	.179	.839
Y21	59.11	40.659	.572	.818

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.834	21

Lampiran 12
Hasil Uji Normalitas

a. Uji normalitas skala intensitas

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Intensitas	.156	62	.200	.971	62	.148

b. Uji normalitas skala Pemahaman

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Pemahaman	.119	62	.030	.974	62	.216

Lampiran 13

Hasil Uji Korelasi

Nonparametric Correlations

Correlations

		INTENSITAS	PEMAHAMAN KEAGAMAAN
Spearman's rho	INTENSITAS	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	62
	PEMAHAMAN KEAGAMAAN	Correlation Coefficient	.641**
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	62

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Muhammad Ahsan Asrofi
Tempat Tanggal Lahir : Pati, 13 September 1997
Alamat Asal : Dukuh Kepoh Desa Gerit Rt 001 Rw 003. Kecamatan Cluwak
Kabupaten Pati
Pendidikan : - MI Manba'ul Falah
- MTs Manba'ul Falah
- MA Raudlatul Ulum

Semarang, 20 Juni 2022

M Ahsan Asrofi

1501036080