



**PERSEPSI FANS OF RHOMA IRAMA DAN SONETA
TERHADAP EFEKTIFITAS MUSIK H. RHOMA IRAMA
SEBAGAI MEDIA DAKWAH**
(Studi Kasus pada Fans Of Rhoma Irama dan Soneta (FORSA) di kelurahan
Kedaung, Tangerang Selatan)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Studi Strata Satu (S1)
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Disusun oleh:

Nama : Novia Hidayanti

NPM : 2016530007

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA**

2021

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Novia Hidayanti
NPM : 2016530007
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas : Fakultas Agama Islam
Judul Skripsi : Persepsi Fans Of Rhoma Irama dan Soneta terhadap Efektifitas Musik sebagai Media Dakwah (Studi Kasus pada Fans Of Rhoma Irama dan Soneta (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul di atas secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang menjadi sumber rujukan. Apabila ternyata di kemudian hari terbukti skripsi saya merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus menerima sanksi berdasarkan ketentuan undang-undang dan aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Jakarta ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tidak ada paksaan.

Jakarta 1 Rajab 1442 H

13 Februari 2021 M

Yang Menyatakan,

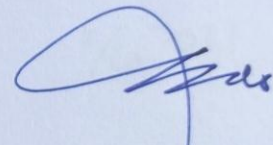


Novia Hidayanti

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul **“Persepsi Fans Of Rhoma Irama dan Soneta terhadap Efektifitas Musik sebagai Media Dakwah (Studi Kasus pada Fans Of Rhoma Irama dan Soneta (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan)”** yang disusun oleh **Novia Hidayanti**, Nomor Pokok Mahasiswa: **2016530007** Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam disetujui untuk diajukan pada Sidang Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Jakarta 13 Februari 2021
Pembimbing,



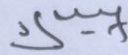
Dr. Hardjito, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul : **Persepsi Fans Of Rhoma Irama Dan Soneta terhadap efektifitas music H. Rhoma Irama sebagai media dakwah (studi kasus pada Fans Of Rhoma Irama (FORSA) di Kelurahan Kedaung, Tangerang Selatan)** Disusun oleh **Novia Hidayanti** , Nomor Pokok Mahasiswa : **2016530007**. Telah diujikan pada hari/tanggal: **Rabu, 29 April 2021**. Telah diterima dan disahkan dalam siding skripsi (munaqasyah) Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Dekan,



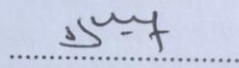
Dr. Sopa, M.Ag.

Nama

Tanda Tangan

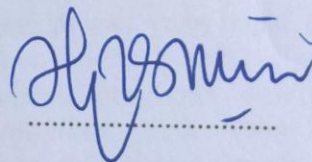
Tanggal

Dr. Sopa, M.Ag.
Ketua



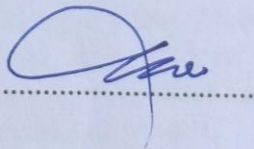
4/6 2021

Drs. Suharsiwi, M.Pd.
Sekretaris



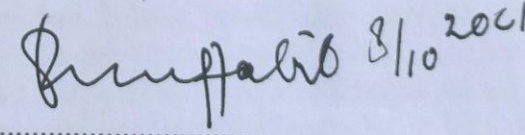
11/10 - 2021

Dr. Hardjito, M.Si
Pembimbing



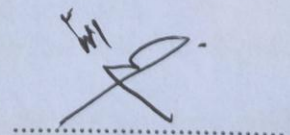
11/10 2021

Drs. Zamris Habib, M.Si
AnggotaPenguji I



8/10 2021

Muhammad Choirin, Lc., Mus., Ph.d
AnggotaPenguji II



16/09 2021

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM**

Skripsi, 13 Februari 2021

**Novia Hidayanti
2016530007**

Persepsi Fans Of Rhoma Irama dan Soneta terhadap Efektifitas Musik sebagai Media Dakwah (Studi Kasus pada Fans Of Rhoma Irama dan Soneta (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan)

xvi + 138 halaman + 77 tabel + 1 gambar + 12lampiran

ABSTRAK

Dewasa ini banyak masyarakat kurang minat terhadap dakwah yang ada, dakwah sekarang dianggap terlalu monoton dan tidak menarik di kalangan masyarakat. Bisa dilihat banyak masyarakat atau umat muslim yang belum bisa menerapkan aktifitas dakwah pada kehidupansehari-hari. Dan banyak pula dari masyarakat terjerat kedalam pergaulan yang salah. Masyarakat dan umat sekarang membutuhkan tokoh dan public figure yang bisa dijadikan contoh dan panutan. Semakin berkembangnya teknologi yang semakin canggih, banyak media modern yang memiliki beberapa kelebihan salah satunya yang telah dijadikan media dalam menyampaikan pesan- pesan dakwah yaitu musik. Dari itu peneliti menganalisis salah satu musik yang bisa menjadi pencerahan untuk masyarakat sekarang yaitu music yang dibawakan oleh H. Rhoma Irama, dimana di dalamnya beliau menyampaikan pesan-pesan dakwah yang dapat didengar oleh kalangan masyarakat kapanpun dan dimanapun mereka berada.

Metode Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif, yakni mendeskripsikan atau menggambarkan data yang dikumpulkan melalui penyebaran kuisisioner kepada Fans Of Rhoma Irama Dan Soneta (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan. Data primer dikumpulkan dengan menggunakan kuisisioner, cara pengumpulan data dengan menggunakan pertanyaan berstruktur dan diajukan kepada responden. Data skunder diambil dari buku-buku, jurnal, situs internet, ataupun penelitian yang relevan. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan analisis statistika deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan persepsi fans Of Rhoma Irama dan Soneta, musik H. Rhoma Irama sangat efektif sebagai media dakwah. Hal ini ditunjukkan dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa materi dakwah dalam lagu H. Rhoma Irama dengan mean sebesar 3.703 dan dimensi penyampaian lagu sebagai media dakwah dengan mean sebesar 3.403. Kemudian dalam aspek efektivitas, skor total sejumlah 7.06 dengan mean sebesar 3.553 menyatakan bahwa musik H. Rhoma Irama efektif sebagai media media dakwah

Kata kunci: Persepsi, efektivitas, dakwah, musik, media, RhomaIrama

MOTTO

***“JIKA KAMU BENAR-BENAR MENGINGINKAN SESUATU,
LAMBAT LAUN KAMU AKAN MENEMUKAN CARA UNTUK
MENDAPATKANNYA.”***

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang ditentukan.

skripsi ini ditulis dalam upaya memenuhi salah satu tugas penelitian pada Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Ffakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, tahun 2021.

Tidak sedikit kendala yang dihadapi penulis di dalam proses penyelesaiannya, namun karena bimbingan, arahan dan bantuan dari berbagai pihak baik moril maupun materil, sehingga kendala itu menjadi tidak berarti. Oleh karna itu, pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terimakasih dan penghargaan kepada pihak-pihak berikut:

1. Prof. Dr. Ma'mun Murod, M.Si., Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta
2. Dr. Sopa M.Ag Dekan Fakultas Agama Islan Universitas Muhammadiyah Jakarta.
3. Hadiyan M.A., Ketua Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam
4. Dr. Hardjito , M. Si. Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikirannya dalam proses penelitian ini semoga Allah selalu memberi Kesehatan.
5. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, yang telah memberikan pelayanan akademik dan pelayanan administrasi terbaik.

6. Segenap Pimpinan Staff Perpustakaan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, atas pelayanan dalam melengkapi literature penelitian.
7. Kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Hasan Basri dan Ibu Himatul Azimah, yang telah meberikan kasih saying, doa yang tidak pernah terputus serta dorongan moril dan dukungan materil, sehingga memperlancar keberhasilan studi.
8. Teruntuk adik tercinta, Nurul Lailatus Sakinah, Nabilah Yusriyah Hasan, Nisrina Qonita Ilahiyah, yang telah memberi support kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Teruntuk Radinal Fata, terimakasih atas waktu, tenaga, serta fikiran yang sudah diluangkan dalam keberlangsungan saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih telah menjadi support system terbaik saya.
10. Terimakasih kepada Nurdiansyah yang telah membantu serta mensupport saya selama proses penelitian.
11. Terimakasih kepada Zanjabilatul farhah yang sudah bersedia mensupport saya pada saat proses siding skripsi berlangsung.
12. Segenap teman-teman KPI terlebih khusus Angkatan 2016 Amalia Chairany, Arini Nur Alfiani, Dinda Andraena, M Farouq Ibrahim, Syukron Asy'ari, Fadh Fawaz, Salman Al-Farizi, Muh. Hadad Alwinata, Suci Nurhalifa, Bagus Setiawan, Nurdiansyah, Nur Abdul Aziz, Irwan Baqqas Arfani, Rifandy Deovandra, Lukmanul Hakim, Ahmad Ubadillah, serta yang lainnya yang telah sama-sama berjuang dari awal perkuliahan hingga diakhir

perkuliahan ini. Semangat untuk kalian menggapai cita-citanya semoga sukses dan selalu dalam lindungan Allah. Semoga kita tidak hanya berteman didunia namun juga berteman di Syurganya Allah.

13. Terimakasih kepada Hestinah Istiana yang telah bersedia membantu serta mensupport saya dalam menghitung hasil dari penelitian saya.
14. Kepada TIM PMB FAI 2020, Arini Nur Alfiani, Yuniar Rahma Sani, Fadh Fawaz, terimakasih telah mensupport saya untuk mengerjakan skripsi di tengah-tengah kesibukan saya mengurus PMB FAI 2020.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, namun demikian diharapkan karya sederhana ini banyak memberikan manfaat, Aamiin

Jakarta, 13 Februari 2021

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PERNYATAAN	i
--	----------

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Pembatasan Masalah.....	6
D. Perumusan Masalah	7
E. Kegunaan Hasil Penelitian.....	7
F. Sistematika Penelitian.....	8

BAB II LANDASAN TEORITIS, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teoritik	10
1. Pengertian Persepsi	10
a. Pengertian Persepsi.....	10
b. Proses Terbentuknya Persepsi.....	11
c. Jenis-Jenis Persepsi	13
d. Faktor Persepsi	16
2. Pengertian Dakwah	18
a. Pengertian Dakwah.....	18

b. Tujuan Dakwah	20
c. Unsur Dakwah.....	21
3. Pengertian Efektifitas	24
a. Pengertian Efektifitas	24
b. Tolak Ukur Efektifitas	25
c. Komunikasi dakwah Efektif.....	26
4. Pengertian Seni Musik	33
5. Lagu Sebagai Media Musik	34
B. Hasil Penelitian yang Relevan	38
C. Kerangka Berpikir.....	40
D. Hipotesis Penelitian	41

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Operasional Penelitian.....	43
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	43
C. Metode Penelitian	43
D. Variabel Penelitian.....	44
E. Populasi dan Sampling.....	44
F. Teknik Pengumpulan Data.....	45
G. Teknik Analisis Data	46
H. Hipotesis Statistika	48

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data.....	59
------------------------	----

B. Uji Persyaratan Instrumen 61

C. Pembahasan Hasil Penelitian ... 63

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan 103

B. Saran 104

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3.1	Kisi-kisiInnstrumen.....	46
Tabel 3.2	Skala Likert	47
Tabel 3.3	Reliability Statistics	53
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 4.2	Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.3	Lagu-lagu H. Rhoma Irama banyak menyampaikan pesan tentang Aqidah	61
Tabel 4.4	Lagu-lagu H. Rhoma Irama banyak menyampaikan pesan tentang Akhlak	62
Tabel 4.5	Materi lagu H. Rhoma Irama mengandung pesan untuk lebih mendekatkan diri kepada sang pencipta, Allah SWT ...	62
Tabel 4.6	Materi lagu H. Rhoma Irama mengingatkan kepada kebaikan dan keutamaan menjaga akhlak	63
Tabel 4.7	Lagu H. Rhoma Irama memberikan pemahaman perbedaan antara ibadah, syariat, dan akhlak	64
Tabel 4.8	Materi lagu H. Rhoma Irama mengungkap perihal syari'at islam	64
Tabel 4.9	Lagu H. Rhoma Irama mengingatkan agar senantiasa melakukan amar Ma'ruf nahi Munkar	65
Tabel 4.10	Lagu H. Rhoma Irama menyadari akan pentingnya hablum minallah dan hablum minannas.....	66
Tabel 4.11	Lagu H. Rhoma Irama menyeru manusia berfikir tentnag kejadian dan aturan alam untuk mengenali Allah SWT.....	66
Tabel 4.12	Lagu H. Rhoma Irama mengingatkan kita untuk selalu bersabar, menjadi hamba yang tabah dan bersangka baik dengan Allah SWT.....	67
Tabel 4.13	Pesan dakwah dari lagu H. Rhoma Irama mengingatkan saya supaya lebih banyak berdoa dan berharap supaya kehidupan saya diberkati.....	67
Tabel 4.14	Lagu H. Rhoma Irama mengingatkan kita bahwa dunia ini hanyalah tempat pesinggahan sementara dan hanya amal yang menjadi bekal di akhirat	68
Tabel 4.15	Syair dalam lagu H. Rhoma Irama membuka kesadaran akan pentingnya menjaga amalan dan ibadah.....	69
Tabel 4.16	Lagu H. Rhoma Irama banyak menyampaikan pesan tentang syari'ah	69
Tabel 4.17	Materi lagu H. Rhoma Irama berkaitan dengan fenomena sosial di masyarakat saat ini.....	70
Tabel 4.18	Lagu H. Rhoma Irama mengajak kita untuk menghindari dendam dan permusuhan dan untuk menjadi pemaaf	70

Tabel 4.19	Lagu H. Rhoma Irama menyadarkan bahwa islam itu berkaitan dengan seluruh perkara dalam kehidupan termasuk perdagangan dan hubungan antara manusia.	71
Tabel 4.20	Lagu H. Rhoma Irama mengingatkan kami pentingnya awali kehidupan sehari-hari dengan bismillah.....	72
Tabel 4.21	Lagu H. Rhoma Irama mengingatkan saya untuk menunaikan ibadah shalat fardhu tepat waktu	72
Tabel 4.22	Syai'ir lagu H. Rhoma Irama menyadarkan saya betapa pentingnya melakukan amalan untuk kedua orang tua	73
Tabel 4.23	Lagu H. Rhoma Irama mengajak manusia untuk banyak bersedekah.....	73
Tabel 4.24	Materi dalam sya'ir lagu H. Rhoma Irama menyadarkan saya agar senantiasa menjaga tutur kata dan tingkah laku sehari-hari.....	74
Tabel 4.25	Saya senang mendengarkan dakwah dari lagu H. Rhoma Irama	75
Tabel 4.26	Dakwah melalui musik tidak terikat genre musik tertentu.....	75
Tabel 4.27	Irama lagu H. Rhoma Irama enak didengar dan tidak mengganggu pendengar dalam meresap pesan dakwah.....	76
Tabel 4.28	Saya senang mendengar dakwah dari lagu H. Rhoma Irama karena banyak teman saya yang mendengarnya	76
Tabel 4.29	Saya tertarik mendengar lagu H. Rhoma Irama karena syairnya sangat familiar dan mudah diterima serta nada lagunya enak didengar.....	77
Tabel 4.30	Saya senang mendengar dakwah dari lagu H. Rhoma Irama karena dakwahnya tidak menggurui.....	78
Tabel 4.31	Lagu H. Rhoma Irama mengandung mater-materi dakwah yang baik	78
Tabel 4.32	Dakwah melalui lagu H. Rhoma Irama mampu memberi kesan kepada emosi pendengar	79
Tabel 4.33	Saya mencoba mengikuti nasihat yang terkandung di dalam lirik lagu H. Rhoma Irama	79
Tabel 4.34	Mendengar dakwah dari lagu H. Rhoma Irama bisa memberi ketenangan	80
Tabel 4.35	Saya menjadi lebih bersabar dalam menjalani hidup setelah mendengar dakwah dari lagu H. Rhoma Irama.....	81
Tabel 4.36	Selepas mendengar lagu H. Rhoma Irama saya sering bermuhasabah dalam hati saya.....	81
Tabel 4.37	Setelah mendengar materi lagu H. Rhoma Irama saya jadi lebih percaya diri dalam menjalankan ibadah.....	82
Tabel 4.38	Saya mendengarkan lagu H. Rhoma Irama di saat waktu kosong	82
Tabel 4.39	Saya mendengarkan lagu H. Rhoma Irama pada saat beliau konser di televise.....	83
Tabel 4.40	Saya mendengarkan lagu H. Rhoma Irama di pagi hari sebelum menjalankan aktivitas	84

Tabel 4.41	Saya mendengarkan lagu H. Rhoma Irama berulang-ulang kali.....	84
Tabel 4.42	Saya mendengarkan lagu H. Rhoma Irama di rumah	85
Tabel 4.43	Saya mendengar lagu H. Rhoma Irama di mobil	85
Tabel 4.44	Dakwah H. Rhoma Irama melalui musik dapat saya dengarkan kapanpun dan dimanapun saya mau	86
Tabel 4.45	Kita dapat membedakan lagu H. Rhoma Irama dengan laguyagn lain dengan mudah, karena lagu H. Rhoma Irama mempunyai nasihat yang baik pada liriknya.....	87
Tabel 4.46	H Rhoma Irama menyeru kepada kita lewat lagunya supaya kita selalu muhasabah keadaan hati	87
Tabel 4.47	Lagu H. Rhoma Irama mengingatkan kita supaya tidak mendekat kepada maksiat, minuman keras serta narkoba. ..	88
Tabel 4.48	Sya'ir lagu dakwah H. Rhoma Irama sesuai denganapa yang sudah diajarkan dalam syari'at islam	88
Tabel 4.49	Sya'ir lagu dakwah H. Rhoma Irama tidak menjelek-jelekan agama selain islam	89
Tabel 4.50	Kategori Penelitian.....	90
Tabel 4.51	Tanggapan responden pada seluruh dimensi.....	90
Tabel 4.52	Lagu-lagu H. Rhoma Irama banyak menyampaikan pesan tentang Aqidah	92
Tabel 4.53	Lagu-lagu H. Rhoma Irama banyak menyampaikan pesan tentang Akhlak	92
Tabel. 4.54	Lagu H. Rhoma Irama memberikan pemahaman perbedaan antara ibadah, syariat, dan akhlak	92
Tabel 4.55	Saya senang mendengarkan dakwah dari lagu H. Rhoma Irama	92
Tabel 4.56	Irama lagu H. Rhoma Irama enak didengar dan tidak mengganggu pendengar dalam meresap pesan dakwah.....	93
Tabel 4.57	Saya senang mendengar dakwah dari lagu H. Rhoma Irama karena banyak teman saya yang mendengarnya	93
Tabel 4.58	Saya tertarik mendengar lagu H. Rhoma Irama karena syairnya sangat familiar dan mudah diterima serta nada lagunya enak didengar.....	93
Tabel 4.59	Saya senang mendengar dakwah dari lagu H. Rhoma Irama karena dakwahnya tidak menggurui.....	93
Tabel 4.60	Materi lagu H. Rhoma Irama mengandung pesan untuk lebih mendekatkan diri kepada sang pencipta, Allah SWT ...	94
Tabel 4.61	Materi lagu H. Rhoma Irama mengingatkan kepada kebaikan dan keutamaan menjaga akhlak.	94
Tabel 4.62	Materi lagu H. Rhoma Irama mengungkap perihal syari'at islam	94
Tabel 4.63	Lagu H. Rhoma Irama mengingatkan agar senantiasa melakukan amar Ma'ruf nahi Munkar	95
Tabel 4.64	Lagu H. Rhoma Irama menyadarkan akanpentingnya hablum minallah dan hablum minannas.....	95

Tabel 4.65	Lagu H. Rhoma Irama menyeru manusia berfikir tentang kejadian dan aturan alam untuk mengenali Allah SWT.....	95
Tabel 4.66	Lagu H. Rhoma Irama mengingatkan kita untuk selalu bersabar, menjadi hamba yang tabah dan bersangka baik dengan Allah SWT.....	96
Tabel 4.67	Pesan dakwah dari lagu H. Rhoma Irama mengingatkan saya supaya lebih banyak berdoa dan berharap supaya kehidupan saya diberkati.....	96
Tabel 4.68	Lagu H. Rhoma Iramamengingatkan kita bahwa dunia ini hanyalah tempat pesinggahan sementara dan hanya amal yang menjadi bekal di akhirat	96
Tabel 69	Mendengar dakwah dari lagu H. Rhoma Irama bisa memberi ketenangan	96
Tabel 4.70	Saya menjadi lebih bersabar dalam menjalani hidup setelah mendengar dakwah dari lagu H. Rhoma Irama.....	97
Tabel 4.71	Selepas mendengar lagu H. Rhoma Irama saya sering bermuhasabah dalam hati saya.....	97
Tabel 4.72	Setelah mendengar materi lagu H. Rhoma Irama saya jadi lebih percaya diri dalam menjalankan ibadah.....	97
Tabel 4.73	Tanggapan responden pada seluruh dimensi.....	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berfikir.....	40
------------	------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Output Validitas.....	109
Lampiran 2	Output Reliabilitas.....	112
Lampiran 3	Output Statistika Deskriptif.....	113
Lampiran 4	Tabulasi.....	125
Lampiran 5	Kuisisioner.....	127
Lampiran 6	Tabel r Validitas.....	131
Lampiran 7	Tabel r Reliabilitas.....	132
Lampiran 8	Dokumentasi.....	133
Lampiran 9	Surat Bimbingan Skripsi.....	134
Lampiran 10	Surat Penelitian.....	135
Lampiran 11	Lembar Konsultasi Penulisan Skripsi.....	136
Lampiran 12	Daftar Riwayat Hidup.....	138

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah secara bahasa adalah *An-Nida* artinya memanggil, menyeru, menegaskannya atau membelanya baik terhadap yang hak atau yang batil, yang positif maupun yang negatif. Orang berdakwah bisa disebut seorang Da'i dan orang yang menerima dakwah disebut Mad'u.¹ Sedangkan secara istilah dakwah berarti mengajak orang-orang untuk menyembah serta menyeru kepada Allah SWT, mentaati perintah-Nya dan menjauhi larangannya. Sedangkan dakwah secara istilah menurut Ali mafudz

Sedangkan menurut Ahmad Ghaisway *“Dakwah sebagai pengetahuan yang dapat memberikan segenap usaha yang bermacam-macam yang mengacu pada upaya penyampaian ajaran islam kepada seluruh manusia yang mencakup akidah, syariah, dan akhlak.”*²

Dakwah mempunyai ruang lingkup yang luas artinya dakwah tidak hanya dilakukan oleh seseorang yang mendapat gelar Da'i di lingkungan

¹ Jum'ah Amin Abdul Aziz, *Fiqh Dakwah*, (Solo: Intermedia, 1997), h. 26.

² Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 26..

masyarakat sekitar. Tapi Seluruh umat manusia mempunyai tugas untuk berdakwah, dan tiap-tiap unat manusia adalah seorang Da'i, baik Da'i untuk dirinya sendiri maupun Da'i untuk orang lain, berdakwah untuk mengingatkan serta membawa orang lain menuju kejalan yang benar.

Di era globalisasi dan kemajuan saat ini, cara untuk seorang Da'i berdakwah sangat beragam. Banyak teknologi yang mendukung Da'i untuk menyebarkan dakwah islam, sehingga Da'i masa kini tidak hanya sekedar Da'i yang berdiri di atas mimbar. Dan teknologi sangat memudahkan para Mad'u untuk mendapatkan dakwah islam dimanapun dan kapanpun mereka berada. Banyak pula seorang Da'i yang menyampaikan dakwahnya bukan hanya lewat ceramah saja, ada yang melalui tulisan, lukisan, bahkan musik. Dengan begitu tidak ada ketimpangan antara kemajuan dunia dan akhirat nantinya.

Musik adalah ekspresi jiwa manusia tentang keindahan nada dan irama. Musik juga dapat diartikan sebagai bunyi yang diterima oleh individu dan berebeda-beda berdasarkan sejarah, lokasi, budaya, dan selera seseorang. Musik merupakan alat komunikasi yang sangat efektif melalui seluruh aspek yang terdapat di dalam musik. Musik juga daoat mempengaruhi manusia dengan cepat apalagi jika disampaikan dengan lirik dan syair yang dapat menyentuh jiwa seseorang. Oleh karena itu manusia menyukai musik sebagai keindahan.³

³Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya), h.268.

Musik juga merupakan salah satu pilihan seorang Da'i untuk menyebarkan ajaran islam. Musik yang dijadikan sarana untuk berdakwah dapat dipergunakan untuk mencapai kelangsungan aktivitas dakwah islam yang signifikan. Musik sangat mudah sekali menarik perhatian manusia, maka yang diinginkan adalah musik dapat memperbaiki manusia sebagai obat yang menentramkan jiwa.

Dakwah yang dikemas melalui musik islam memang mengutamakan keindahan, serta menganjurkan untuk mengembangkan intuisi sehingga manusia dapat merasakan dan menikmati keindahannya.⁴

Dewasa ini banyak masyarakat terutama remaja yang salah dalam mengambil pergaulan, banyak dari mereka yang terjat ke dalam minum-minuman keras dan narkoba, sebagai mana disampaikan oleh Kepala Badan Narkotika Nasional (BNN) Komisioner Jenderal Polisi Heru Winarkoyang menyebutkan bahwa penyalahgunaan narkoba di kalangan remaja makin meningkat. Di mana ada peningkatan sebesar 24 hingga 28 persen remaja yang menggunakan narkoba, dari yang semula hanya 20 persen.⁵

⁴Yusuf Al-Qardlawy, *Fiqh Musik dan Lagu: Perspektif Al-Quran dan As-Sunah*, (Bandung, Mujahid Pers, 2002), h.22.

⁵ Badan Narkotika Nasional (BNN), <https://bnn.go.id/penggunaan-narkoba-kalangan-remaja-meningkat/>

Banyak pula dari masyarakat yang lebih asyik bercengkrama dengan teman sebayanya hingga larut malam, mereka menghabiskan waktunya dengan sia-sia, dari pada menghabiskan waktunya dengan mendengarkan tausiah, dan banyak pula dari mereka yang lebih suka mendengarkan musik daripada mendengarkan tausiyah di masjid. Padahal mendengarkan tausiyah di masjid serta mengamalkannya menjadi salah satu harapan para orang tua, agar terciptanya lingkungan yang islami serta sejahtera, namun kenyataannya berbanding terbalik.

Kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap agama serta metode dakwah yang digunakan oleh ustadz di masjid tersebut yang monoton menjadi salah satu faktor masyarakat enggan mendengarkan ceramah dari para ustadz. Sebagaimana disinggung di atas sesungguhnya banyak Masyarakat yang lebih senang dengan musik, padahal banyak di sekeliling mereka banyak lagu berlatar belakang dakwah yang bermunculan dengan tujuan untuk menyampaikan pesan-pesan agama sebagai pengganti tausiyah di masjid.

H. Rhoma Irama salah satunya, beliau adalah salah satu tokoh musik dunia dan raja dangdut indonesia. Banyak dari lagu-lagu beliau yang sifatnya dakwah. Beliau mencoba untuk menyebarkan islam lewat lagu-lagu yang beliau nyanyikan. Sering penulis amati di beberapa konser H. Rhoma Irama, beliau selalu menyampaikan pesan-pesan dakwahnya sebelum beliau bernyanyi dan pesan-pesan tersebut sama maknanya dengan lagu yang akan beliau nyanyikan.

Beliau juga menjadi salah satu kiblatnya lagu dakwah, banyak masyarakat Indonesia apabila ingin mendengarkan lagu dakwah yang terlintas dibenaknya adalah lagu H. Rhoma Irama. Yang membedakan antara H. Rhoma Irama dengan musisi yang lain adalah beliau mempunyai penggemar sekaligus menjadi pengikut yaitu Fans Of Rhoma Irama dan Soneta (FORSA). Sayangnya keberadaan mereka belum bisa mempengaruhi banyak terhadap, minat masyarakat Kelurahan Kedaung untuk mendalami Agama melalui dakwah yang disampaikan oleh H. Rhoma Irama melalui lagu-lagu dakwahnya.

Salah satu album H. Rhoma Irama yang lagu-lagunya banyak mengandung pesan dakwah adalah album “Nada Dan Dakwah”. Lagu tersebut merupakan bagian dari lagu-lagu karya H. Rhoma Irama yang mana maksud didalamnya adalah menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada masyarakat yang mendengarkannya. Lagu ini penulis pilih untuk membantu penelitian, karena lagu tersebut sesuai dengan kondisi masyarakat yang ingin penulis teliti. Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :

“Persepsi Fans Of Rhoma Irama Dan Soneta Terhadap Efektifitas Musik H. Rhoma Irama Sebagai Media Dakwah (Studi kasus pada Fans Of Rhoma Irama dan Soneta (FORSA) di kelurahan Kedaung, Tangerang Selatan).

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah dan gejala-gejala yang penulis paparkan di atas maka penulis mengidentifikasi permasalahan yang akan muncul dalam penelitian ini antara lain:

1. Banyak dari masyarakat yang terjerat kedalam mengkonsumsi minuman keras dan obat terlarang.
2. Keberadaan Fans Of Rhoma Irama dan Soneta (FORSA) Belum bisa mempengaruhi minat masyarakat kelurahan Kedaung untuk mendalami agama.
3. Remaja lebih senang menghabiskan waktunya dengan bercengkrama dengan teman sebayanya dibanding pergi ke masjid dan mendengarkan tausiyah.
4. Kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap agama.
5. Metode dakwah yang digunakan oleh ustadz di masjid yang monoton.
6. Banyak lagu berlatar belakang dakwah yang bermunculan dengan tujuan untuk menyampaikan pesan-pesan agama sebagai pengganti tausiyah di masjid, namun tidak banyak didengarkan oleh kalangan masyarakat.

C. Batasan Masalah

Mengingat masalah yang peneliti identifikasi cukup banyak, sehingga tidak mungkin diteliti secara menyeluruh, dan mengingat adanya keterbatasan waktu, Maka dari itu, pada bagian ini peneliti memilih diantara berbagai

permasalahan yang telah diidentifikasi yang akan menjadi fokus utama dan dipecahkan melalui penelitian sebagai berikut:

1. Keberadaan Fans Of Rhoma Irama dan Soneta (FORSA), belum bisa mempengaruhi minat masyarakat Kedaung untuk mendalami Agama.
2. Metode dakwah yang digunakan oleh ustadz di masjid yang monoton.
3. Banyak lagu berlatar belakang dakwah yang bermunculan dengan tujuan untuk menyampaikan pesan-pesan agama sebagai pengganti tausiyah di masjid. Namun tidak banyak didengarkan oleh kalangan masyarakat.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

Bagaimana Persepsi Fans of Rhoma Irama(FORSA) Terhadap Efektifitas lagu H. Rhoma Irama Sebagai Media Dakwah

E. Kegunaan Hasil Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritik
 - a. Penelitian diharapkan dapat memberikan pengetahuan ilmiah terhadap Anggota Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kelurahan Kedaung, Tangerang Selatan.
 - b. Penelitian diharapkan dapat menjadi bahan acuan dan referensi pada penelitian sejenis yang dilakukan di masa yang akan datang.
2. Kegunaan Praktis

- a. Memberikan pemahaman lagu sebagai media dakwah di kalangan masyarakat.
- b. Membantu masyarakat dalam meningkatkan ketertarikan mereka untuk menggali lebih dalam tentang islam.

F. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun menjadi lima bab, adapun sistematika penulisannya sebagai berikut:

Bagian awal terdiri dari: halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pernyataan (orsinalitas), halaman pengesahan, moto, persembahan, abstrak, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran.

BAB I, pendahuluan terdiri dari: latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, kegunaan hasil penelitian, sistematika penulisan.

BAB II Landasan teoritis, kerangka berpikiir, dan hipotesis, terdiri dari: Landasan teoritik, Hasil Penelitian yang relevan, Kerangka berpikir, Hipotesis penelitian.

BAB III metodologi penelitian, terdiri dari: Tujuan penelitian, Tempat dan waktu penelitan, metode penelitian, variabel penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, hipotesis statistik.

BAB IV Hasil Penelitian dan pembahasan, terdiri dari : deskripsi data, uji persyaratan analisis, pembahasan hasil penelitian.

BAB V kesimpulan dan saran, terdiri dari: kesimpulan dan saran-saran. Bagian akhir terdiri dari: daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan daftar riwayat hidup.

BAB II

LANDASAN TEORITIS, KERANGKA BERPIKIR, DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teoritik

1. Pengertian Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Persepsi merupakan proses dimana individu memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi apa yang dibayangkan tentang dunia disekililingnya.¹ Persepsi dalam kamus diartikan sebagai proses pemahama ataupun pemberian makna atas suatu informasi terhadap stimulus. Stimulus diperoleh dari proses pengindraan terhadap objek, peristiwa atau hubungan-hubungan antar gejala yang selanjutnya diproses oleh otak.²

Kata persepsi berasal dari bahasa latin *perceptio, percipio* berarti menerima, mengumpulkan, tindakan pengalihan kepemilikan, memperhatikan sesuatu dengan akal sehat. Dari manakah tindakan dimaksud? Psikologi menerangkan bahwa tindakan persepsi sering dihubungkan dengan respon sensoris dari indra terhadap objek tertentu, apakah itu benda, peristiwa atau manusia (individu kelompok lain). Persepsi tidaklah sederhana dijelaskan hanya dengan mengerti respon

¹Alo Liliweri M.S, *Komunikasi Serba Ada Dan Serba Makna*, (Jakarta: Kencana, 2011), Ed 1, h.153.

²Khaerul Umam, *Perilaku Organisasi*, (Bandung: Pustaka Setia,2010), h.67.

sensoris semata mata, atau hanya dengan mengerti seseorang yang sudah melihat dengan mata, atau mendengar dengan telinga.³

Jaludin Rachmat Mengatakan persepsi merupakan pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.⁴

Menuru Irwanto mengemukakan bahwa persepsi ialah proses diterimanya rangsang (objek, kualitas, hubungan antar gejala maupun peristiwa) sampai rangsang itu disadari dan dimengerti.⁵

b. Proses Terbentuknya Persepsi

Menurut Bimo Walgito, Menyatakan bahwa terbentuknya persepsi melalui suatu proses, dimana secara alur proses persepsi dapat dikemukakan sebagai berikut: berawal dari objek yang menimbulkan rangsangan dan rangsangan tersebut mengenai alat indra atau reseptor. Proses ini dinamakan proses kealaman (fisik). Kemudian rangsangan yang diterima oleh alat indera dilanjutkan oleh syaraf sensoris ke otak. Proses ini dinamakan proses proses fisiologis. Selanjutnya terjadilah suatu proses di otak, sehingga individu dapat menyadari apa yang ia terima dengan reseptor itu, sebagai suatu rangsangan yang diterimanya. Proses yang terjadi dala otak/pusat kesadaran itulah dinamakan denga proses psikologis. Dengan demikian taraf terakhir

³Alo Liliweri M.S, *Komunikasi Antarpersonal*, (Jakarta: Kencana, 2011), Ed 1, h. 167.

⁴Jalaludin Rahmt, *Psikologi Umum*, (Yogyakarta: Andi, 2002), h. 18.

⁵Irwanti,Et.al. *Psikologi Umum*, (Jakarta: Gramedia,1989), h.21.

dari proses ialah individu menyadari tentang apa yang diterima melalui alat indra (reseptor).⁶

Ada empat tahap dalam proses pembentukan persepsi menurut Blech yaitu sejumlah tahapan ketika seorang individu mengelola informasi yang masuk dalam dirinya. Keempat tahap itu masing-masing adalah:

1) Exposure

tahap dimana seseorang mulai menerima informasi melalui panca indera yang dimiliki. Informasi diperoleh dengan cara melihat ataupun mendengarkan secara langsung informasi-informasi mengenai suatu hal tertentu.

2) Attention

Seseorang mulai menempatkan informasi –informasi yang diterima kedalam sebuah stimulus. Informasi-informasi tersebut mulai dicerna melalui pikiran seseorang.

3) Comprehension

Seseorang mulai menginterpretasikan informasi yang masuk tersebut menjadi sebuah arti yang spesifik. Informasi tersebut menjadi berkembang dan menjadikannya persepsi yang berbeda antara setiap individu-individu yang menerima informasi tersebut.

⁶Bimo Wlagito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Surabaya : Bina Ilmu, 1989), h. 37.

4) Retention

Tahap dimana seseorang sudah mulai tidak mengingat lagi dari keseluruhan dari apa yang mereka baca, lihat, atau dengar meskipun mereka sudah tertarik dan dapat menginterpretasikan informasi tersebut.

c. Jenis-jenis Persepsi

1) Persepsi Diri

Persepsi diri individu (*self perception*) merupakan suatu cara seseorang menerima diri sendiri, persepsi berbasis pada apa yang dikagumi, sejauh mana objek yang dipersepsikan itu bernilai bagi dia, misalnya apa yang dia yakini sebagai sesuatu yang akan memberikan perasaan aman atau mungkin tidak nyaman. Konsep diri itu dibentuk oleh bagaimana individu itu berfikir tentang orang lain dan menerimanya, bagaimana individu diterima dalam suatu kelompok tertentu, juga dibentuk berdasarkan pengalaman masa lalu, atau yang berbasis pada asas mandat dari informasi yang dia terima.⁷

2) Persepsi Lingkungan

Persepsi lingkungan dibentuk berdasarkan konteks di mana informasi itu diterima. Contoh, jika seorang anak tiba tiba muncul di depan pintu dan membuat orang tuanya kaget, maka sang ayah akan bilang; “Saya tidak suka kamu membuat ayah kaget”.

⁷Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Dan Serba Makna*, (Jakarta : Kencana,2011), h. 160.

Ungkapan ayah tersebut menggambarkan persepsi ayah terhadap anaknya sesuai konteks di saat itu, bayangkan pula Anda bertemu dengan seseorang yang Anda cintai lalu Anda bilang: “Saya benci kamu”. Dua contoh ini menunjukkan persepsi terhadap kata-kata yang diucapkan sang ayah dan Anda telah mengalami perubahan makna, ini berarti bahwa lingkungan di sekeliling kita dapat membentuk penyaring mental bagi persepsi manusia terhadap informasi.⁸

3) Persepsi yang dipelajari

Persepsi yang dipelajari (*learned perception*) merupakan persepsi yang terbentuk karena individu mempelajari sesuatu dari lingkungan sekitar, misalnya dari kebudayaan dan kebiasaan teman-teman atau orang tua. Persepsi yang dipelajari berbentuk pikiran, ide atau gagasan dan keyakinan yang kita pelajari dari orang lain.

Reaksi tiap individu berbasis pada persepsi yang telah dipelajari. Bisa dilihat dari bagaimana seorang anak yang mengikuti kebiasaan orang tua mereka.⁹

4) Persepsi fisik

Persepsi fisik dibentuk berdasarkan pada dunia yang serba terukur (*the tangible world*), misalnya secara fisik kita melihat dan mendengar sesuatu lalu diikuti dengan bagaimana memproses apa

⁸*Ibid.*, h.160.

⁹*Ibid.*, h.160.

yang dilihat itu dalam pikiran dan akal. Contohnya, orang Amerika Serikat selalu merasa terganggu dengan seseorang yang berdiri di sampingnya, hanya dalam budaya Amerika Serikat Selatan tindakan ini merupakan hal yang biasa.¹⁰

5) Persepsi Budaya

Persepsi berdasarkan budaya yang telah dipelajari, maka persepsi seseorang atas lingkungannya bersifat subjektif. Semakin besar perbedaan budaya antar dua orang semakin besar pula perbedaan persepsi mereka terhadap realitas. Dan oleh karena tidak ada dua orang yang mempunyai nilai-nilai budaya yang persis sama, maka tidak pernah ada dua orang yang mempunyai persepsi yang persis sama pula. Dalam konteks ini, sebenarnya budaya dapat dianggap sebagai pola persepsi dan perilaku yang dianut sekelompok orang.

Larry. A Samovar dan Richard E. Porter, mengemukakan enam unsur budaya yang secara langsung mempengaruhi persepsi kita ketika berkomunikasi dengan orang dari budaya lain, yakni:

- a) Kepercayaan (*beliefs*), nilai (*values*), dan sikap (*attitude*).
- b) Pandangan dunia (*world view*)
- c) Organisasi sosial (*social organization*)
- d) Tabiat manusia (*human nature*)
- e) Orientasi Kegiatan (*activity orientation*)

¹⁰*Ibid.*, h. 161.

f) Persepsi tentang diri dan orang lain (*perception of self and othe*)

Meskipun keenam aspek tersebut dapat kita bahas secara sendiri-sendiri, aspek-aspek saling berkaitan. Kita dapat mengalami peristiwa yang sama, dan sepakat mengenai apa yang kita lihat secara fisik. Namun kita sering berbeda dalam memaknai peristiwa atau objek yang kita lihat. Berbagai orang dari berbagai budaya dapat setuju bahwa seseorang tertentu adalah perempuan, namun kemungkinan besar tidak sepakat apakah perempuan itu secara sosial, dan juga bagaimana bereaksi terhadap makhluk tersebut.¹¹

d. Faktor-faktor Persepsi

Menurut Alex Sobur, ada beberapa faktor yang dianggap penting pengaruhnya terhadap seleksi rangsangan dan juga dapat digunakan untuk persepsi atau orang dan keadaan, yaitu:¹²

- 1) Intensitas, rangsangan yang lebih intensif mendapatkan lebih banyak tanggapan daripada rangsangan yang kurang intensif.
- 2) Ukuran, benda-benda yang lebih besar lebih menarik perhatian karena barang yang lebih besar lebih cepat dilihat.
- 3) Kontras, hal-hal lain dari yang biasa kita lihat akan cepat menarik perhatian. Banyak orang sadar atau tidak melakukan hal-hal aneh

¹¹Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2017), h. 214.

¹²Alex Sobur, *Psikologi Umum*, (Bandung: Pustaka setia, 2003), h. 41.

untuk menarik perhatian. Perilaku yang luar biasa menarik perhatian karena prinsip-prinsip perbedaan itu.

- 4) Ulangan, biasanya hal-hal yang berulang dapat menarik perhatian. Akan tetapi, ulangan yang terlalu sering dapat menghasilkan kejenuhan semantik dan dapat kehilangan arti perseptif. Oleh karena itu, ulangan mempunyai nilai yang menarik perhatian selama digunakan dengan hati-hati.
- 5) Keakraban, hal-hal yang akrab atau dikenal lebih menarik perhatian.

Sedangkan menurut Bimo Walgito, ada tiga faktor yang berpengaruh terhadap persepsi, yaitu:¹³

- 1) Stimulus harus cukup kuat, stimulus harus melampaui ambang stimulus, yaitu kekuatan stimulus yang minimal tetapi sudah dapat menimbulkan kesadaran, sudah dapat dipersepsi oleh individu, kejelasan stimulus akan banyak berpengaruh dalam persepsi.
- 2) Fisiologis dan Psikologis, jika sistem fisiologisnya terganggu hal ini akan berpengaruh terhadap persepsi seseorang. Segi psikologis yang mencakup pengalaman, perasaan kemampuan berpikir, kerangka acuan, motivasi akan berpengaruh pada seseorang dalam mengadakan persepsi.
- 3) Faktor lingkungan, situasi yang melatarbelakangi stimulus juga akan berpengaruh dalam persepsi, lebih-lebih bila objek persepsi adalah manusia. Objek dan lingkungan yang melatarbelakangi objek

¹³Bimo Walgito, *Psikologi Sosial*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1991), h. 37.

merupakan ebulatan atau kesatuan yang sulit dipisahkan. Objek yang sama dengan situasi sosial yang berbeda, dapat menghasilkan persepsi yang berbeda.

2. Pengertian Dakwah

a. Pengertian Dakwah

Ditinjau dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab "da'wah". Da'wah mempunyai tiga huruf asal, yaitu dal, 'ain, dan wawu. Dari ketiga huruf asal ini terbentuk beberapa kata dengan ragam makna. Makna-makna tersebut adalah memanggil, mengundang, minta tolong, meminta, memohon, menanamkan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendo'akan, menanggapi, dan meratapi.¹⁴

Menurut Toha Yahya Omar (1992:1), dakwah Islam adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat.¹⁵

Sedangkan dakwah menurut Ali Mafudz "mendo dan mendorong (memotivasi) manusia untuk melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk serta memerintah mereka ma'ruf dan mencegah dari perbuatan mungkar agar mereka memperoleh kebaikan di dunia dan di akhirat."¹⁶

¹⁴Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2016), h. 6.

¹⁵Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2016), h. 11.

¹⁶ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010), h. 26.

Secara istilah, para ahli memiliki tafsiran yang berbeda-beda sesuai dengan sudut pandang mereka di dalam memberikan pengertian dakwah berikut ini dikutip beberapa pendapat, diantaranya:

- 1) M. Abu al-Fath al-Bayanuni, dakwah adalah menyampaikan dan mengajarkan islam kepada manusia serta menerapkannya dalam kehidupan manusia.
- 2) Taufik Al-wa'i, dakwah adalah mengajak kepada pengesaan Allah dengan menyatakan dua kalimat syahadat dan mengikuti manhaj Allah di muka bumi baik perkataan maupun perbuatan, sebagaimana yang terdapat dalam Al-qur'an dan Asunnah, agar memperoleh agama yang diridha'inya dan manusia memperoleh kebahagiaan di dunia dan di akhirat.
- 3) Al-Bahy al-Khuli, dakwah adalah mengubah situasi kepada yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap individu maupun masyarakat.¹⁷

Jadi persepsi adalah mengenali dan menafsirkan informasi sensoris, guna memberikan gambaran dan pemahaman tentang lingkungan. Persepsi juga meliputi semua sinyal dalam sistem saraf, yang merupakan hasil dari stimulasi fisik atau kimia dari organ pengindra.

¹⁷ Abdul Basit, *Filsafat Dakwah*,(Jakarta:PT. Raja Grafindo,2013), h.44.

b. Tujuan Dakwah

Secara umum tujuan dakwah adalah terwujudnya kebahagiaan dan kesejahteraan hidup manusia di dunia dan di akhirat yang diridhai oleh Allah. Adapun tujuan dakwah pada dasarnya dapat dibedakan menjadi dua macam tujuan yaitu: Tujuan umum dakwah dan tujuan khusus dakwah.

1) Tujuan Umum Dakwah(Mayor Objective)

Tujuan umum dakwah merupakan sesuatu yang hendak dicapai dalam seluruh aktivitas dakwah. Tujuan utama dakwah yang utama ini menunjukkan pengertian seluruh umat, baik yang sudah memeluk agama maupun yang masih dalam keadaan kafir atau musyrik.

2) Tujuan Khusus Dakwah (Minor Objective)

Tujuan Khusus dakwah sebagai terjemahan dari tujuan umum dakwah dapat disebutkan antara lain sebagai berikut.

- a) Mengajak umat manusia yang telah memeluk agama Islam untuk selalu meningkatkan taqwanya kepada Allah.
- b) Membina mental agama (Islam) bagi kaum yang masih muallaf.
- c) Mengajak manusia agar beriman kepada Allah (memeluk agama Islam)

- d) Mendidik dan mengajar anak-anak agar tidak menyimpang dari fitrahnya.¹⁸

Dari uraian diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa dakwah adalah menyeru atau mengajak orang lain untuk menyembah Allah SWT dengan sepenuhnya, serta mentaati segala yang diperintah olehNya dan menjauhi segala yang dilarang olehNya. Dan berdakwah merupakan salah satu cara untuk menyebarkan ajaran agama islam bagi mereka yang ingin mempelajarinya sehingga mereka tidak tersesat di kemudian harinya.

c. Unsur Dakwah

Dalam kegiatan atau aktivitas dakwah perlu diperhatikan unsur-unsur yang terkandung dalam dakwah atau dalam Bahasa lain adalah komponen-komponen yang harus ada dalam setiap kegiatan dakwah. meliputi:

1) Dai

Dai adalah orang yang melaksanakan dakwah baik lisan maupun tulisan ataupun perbuatan dan baik secara individu, kelompok atau bentuk organisasi atau Lembaga. Maka yang dikenal sebagai dai atau komunikator dakwah uty dapat dikelompokkan menjadi:

- a) Secara umum adalah setiap muslim satau muslimat yang mkallaf(dewasa) di mana bagi mereka kewajiban dakwah

¹⁸ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*,(Jakarta: Sinar Grafika Offset,2009), h. 59.

merupakan suatu yang melekat, tidak terpisahkan dari misinya sebagai penganut islam, sesuai dengan perintah : “sampaikan walau satu ayat”

- b) Secara Khusus adalah mereka yang mengambil keahlian khusus (mutakhasis) dalam bidang agama islam, yang dikenal dengan panggilan ulama.

2) Mad'u

Mad'u adalah manusia yang menjadi mitra dakwah atau menjadi sasaran dakwah atau manusia penerima dakwah, baik secara individu, kelompok, baik yang beragama islam maupun tidak, dengan kata lain manusia secara keseluruhan.

3) Materi/Pesan dakwah

Materi pesan dakwah adalah isi pesan yang disampaikan kepada mad'u. pada dasarnya pesan dakwah itu adalah ajaran islam itu sendiri. Secara umum dapat dikelompokkan menjadi:

- a) Pesan Akidah, meliputi iman kepada Allah SWT, Malaikat-Nya, Kitab-Nya Rasul-Nya, Hari Akhir, dan Qadha dan Qadhar.
 - b) Pesan Syariah meliputi ibadah dan muamalah
 - c) Pesan Akhlak meliputi akhlak kepada Allah SWT, akhlak terhadap makhluk baik manusia ataupun bukan manusia.
- 4) Media Dakwah Alat-alat yang dipakai untuk menyampaikan ajaran islam. Hamzah Ya'qub membagi media dakwah menjadi lima:

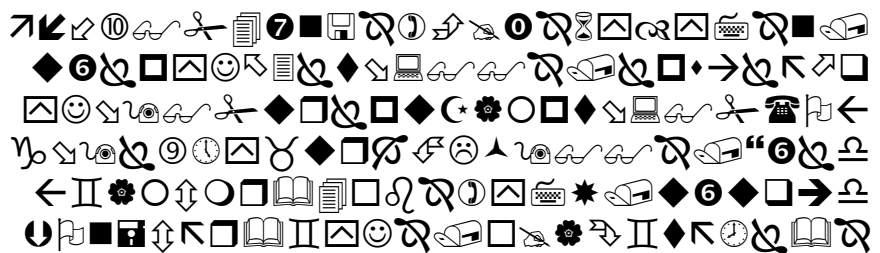
- a) Lisan, inilah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara.
- b) Tulisan, seperti buku, majalan, spanduk, dan lain-lain.
- c) Lukisan, gambar, karikatur dan sebagainya.
- d) Audio visual, yaitu alat dakwah yang dapat merangsang indra pendengaran atau pengelihatan dan kedua-duanya.
- e) Akhlak, yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran islam, yang dapat dinikmati dan didengarkan oleh mad'u.

5) Efek dakwah

Efek dalam ilmu komunikasi biasa disebut dengan *feed back* (umpan balik) adalah umpan balik dari reaksi proses dakwah. dalam Bahasa sederhananya adalah reaksi dakwah yang ditimbulkan oleh aksi dakwah.

6) Metode Dakwah

Metode dakwah cara-cara yang dipergunakan dai untuk menyampaikan pesan dakwah atau serentetan kegiatan untuk mencapai tujuan dakwah. secara terperinci metode dakwah dalam Al-Qur'an terekam pada QS An-Nahl ayat 125.





Artinya:

“serulah manusia kepada jalan tuhanmu dengan hikmah dang pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya tuhanmu, dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat di jalannya dan dialah yang lebih mengetahui siapa yayng mendapat petunjuk.”¹⁹

3. Pengertian Efektifitas

a. Pengertian Efektifitas

Pengertian literal efektifitas adalah pencapaian tujuan. Efektif berate manjur atau mujarab. Jadi efektifitas adalah adanya kesesuaian antara harapan dengan sasaran yang dituju.²⁰

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, efektifitas berasal dari kata efektif yang berarti mempunyai nilai efektif, pengaruh atau akibat, bisa diartikan sebagai kegiatan yang bisa memberikan hasil yang memuaskan. Dapat siartikan juga bahwa efektifitas merupakan keterkaitan antara tujuan dan hasil yang dinyatakan, dan menunjukkan kesesuaian antara tujuan yang dinyatakan dengan hasil yang dicapai.²¹

Secara umum teori keefektivitasan berorientasi pada tujuan hal ini sesuai dengan beberapa pendapat yang dikemukakan ahli tentang keefektifan yang dikutip oleh Aan Komariah dan Cipi Triatna dalam buku *Visionary Leadership Menuju Sekolah efektif*. Menurut Etzioni keefektifan adalah derajat dimana organisasi mencapai tujuannya, sedangkan menurut stress dan sergovani keefektifan menekankan

¹⁹ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), h.19.

²⁰ E. Mulyasa, *Manajemen Berbasis Sekolah*, (Bandung: PT. Rosda Karya, 2002), h.82.

²¹ Tim Pustaka Phoenix, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Baru*, (Jakarta: PT Media Pustaka Phoenix, 2008), h.176.

perhatian pada kesesuaian hasil yang dicapai organisasi dengan tujuan yang akan dicapai.²²

Sedangkan menurut Hidayat pengertian efektifitas secara umum menunjukkan sampai seberapa jauh tercapainya suatu tujuan yang terlebih dahulu ditentukan. Hal tersebut sesuai dengan pengertian efektifitas bahwa efektifitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) telah dicapai.²³

Efektifitas adalah adanya kesesuaian antara orang yang melaksanakan tugas dengan sasaran yang dituju dan bagaimana suatu organisasi berhasil mendapatkan dan memanfaatkan sumber daya dalam usaha mewujudkan tujuan operasional. Efektifitas berkaitan dengan terlaksananya tugas pokok, tercapainya tujuan, ketepatan waktu dan partisipasi aktif dari anggota.²⁴

b. Tolak Ukur Efektifitas

Ada beberapa tolak ukur efektifitas, yaitu:²⁵

- 1) Berhasil guna, berarti tercapainya suatu tujuan dengan tepat sesuai dengan waktu yang ditentukan.
- 2) Ekonomis, ialah jumlah pengeluaran dari segi biaya, tenaga kerja, persediaan, waktu, dsb dipergunakan dengan tepat, tidak adanya pemborosan didalamnya.

²² Aan Komariah dan Cepi Triatna, *Visionary Leadership Menuju Sekolah yang Efektif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005) h. 7.

²³ Hidayat, *Teori Efektifitas Dalam Kinerja Karyawan*, (Yogyakarta: Gajah Mada University, 1986), h. 22.

²⁴ E. Mulyasa, *Implementasi Kurikulum*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2006), h. 89.

²⁵ *Ensiklopedia Umum*, (Yogyakarta: Kanisus, 1973), h. 36.

- 3) Pelaksanaan kerja yang bertanggung jawab, yakni sebagai suatu pembuktian bahwa dalam melaksanakan pekerjaan dilaksanakan dengan bertanggung jawab, dalam artian sesuai dengan apa yang telah direncanakan sebelumnya.
- 4) Pembagian kerja yang nyata, ialah pembagian waktu serta beban kerja yang proposional.
- 5) Rasionalitas wewenang dan tanggung jawab, yakni harus adanya keseimbangan antara wewenang dan tanggung jawab, dan jangan sampai terdapat dominasi antar pihak.
- 6) Prosedur kerja yang praktis, ialah penataan jadwal kerja yang praktis tepat pada sasaran, prosedur yang praktis dapat mewujudkan target efektif dan ekonomis, serta pelaksanaan kerja yang dapat dipertanggung jawabkan.

c. Komunikasi Dakwah Efektif

Untuk mengidentifikasi bahwa komunikasi dakwah yang dilakukan oleh da'I berjalan dengan efektif, maka ada beberapa factor yang harus diperhatikan. Faktir-faktor tersebut meliputi:

- 1) Kejelasan tujuan target

Tujuan harus mendasarkan pada dua hal pokok, yaitu : posisi factual pengaruh para pengemban dakwah (dalam jama'ah dakwah/mad'u) di tengah masyarakat dan sumber daya saing atau nilai (*value*) yang ingin diberikan pengemban dakwah kepada masyarakat. Dalam posisi factual, jama'ah dakwah dapat diukur

dengan pendekatan model *Product lifetime cycle*, yang meliputi tahapan sebagai berikut:

- a) Tahap lahir, dimana ide belum mempunyai “pasar”
- b) Tahap tumbuh dimana ide berhasil melompati “parit” (masa transisi) menjadi standar (genre) baru.
- c) Tahap dewasa, tahap dimana permintaan berada pada posisi maksimal dan tidak mengalami pertumbuhan
- d) Tahap turun, akan terjadi jika ide tidak bisa dilakukan adalah mempertahankan agar eksistensi mad’u dakwah terus tetap ada.

2) Kejelasan target audience

Semakin jelas target audience yang ingin dibidik, maka efek komunikasi akan semakin optimal dan tepat sasaran. Mad’u dakwah harus menyusun dan membuat klasifikasi target audience.

3) Strategi pesan

Aktivitas komunikasi dikatakan berhasil jika pesan yang disampaikan oleh pengirim pesan dapat dipahami secara benar oleh target atau sasaran. Ada dua hal yang harus dipersiapkan secara matang dalam melakukan pengomunikasian :

- a) Fokus pesan/*what to say*
- b) Cara atau pendekatan dalam menyampaikan pesan/ *how to say*.

4) Strategi media

Strategi media merupakan bagian akhir dari proses informasi dan komunikasi yang akan dilakukan.

Setelah pendekatan-pendekatan tersebut diatas dilakukan, maka selanjutnya yang harus dilakukan oleh komunikasi dakwah agar proses komunikasi berjalan efektif adalah dengan memperhatikan faktor “persepsi”. Jika persepsi kita tidak akurat kita tidak mungkin bisa berkomunikasi secara efektif. Proses mencapai kesepakatan lazimnya berlangsung secara bertahap karena itu dai peru memperhatikan 5 sasaran pokok dalam proses komunikasi, yaitu:

- a) Membuat pendengar mendengarkan apa yang kita katakan.
- b) Membuat pendengar memahami apa yang mereka dengar atau lihat.
- c) Membuat pendengar menyetujui apa yang telah mereka dengar(atau tidak menyetujui apa yang kita katakan, tetapi dengan pemahaman yang benar).
- d) Membuat pendengar mengambil tindakan yang sesuai dengan maksud kita dan bisa mereka terima.
- e) Memperoleh umpan balik dari pendengar.²⁶

d. Konsep Pengukuran Efektivitas Dakwah

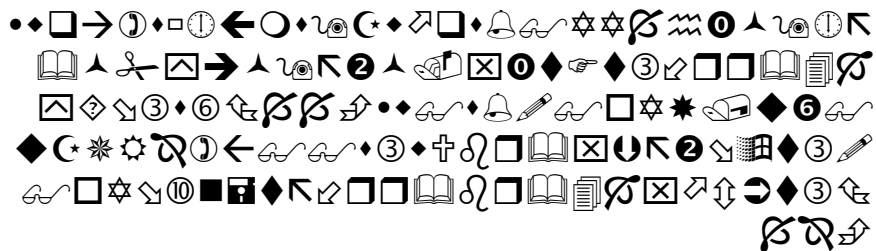
Efektivitas dakwah adalah seruan yang mampu mengajak manusia untuk melaksanakan atau mengajarkan perintah Allah dengan sungguh-sungguh yang mempunyai hasil yang berdampak nilai guna dan hasil guna baik secara lahiriyah ataupun batiniyah. Efektivitas dakwah

²⁶ Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2010), h.158.

dengan kata lain adalah seruan di jalan Allah yang berhasil, memiliki nilai manfaat dunia dan akhirat.

Ada beberapa sikap dasar Efektivitas dakwah menurut Marwah Daud, agar dakwah bisa efektif antara lain yang dapat ditawarkan sebagai berikut :²⁷

- 1) Pertama, dakwah sebaiknya disampaikan secara persuasif informatif, melayani, bukan mengintruksi dan membebani, apalagi mengancam. Contoh: kepada Fir'aun yang tidak kepada Allah meskipun diperintahkan agar Nabi Musa dan Harun untuk berlaku lemah lembut sesuai firman Allah sebaai berikut:



Artinya:

“Maka Berbicaralah kamu berdua kepadanya (Fir'aun) dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan dia sadar atau tidak takut. Keduanya berkata, “Ya Tuhan kami, sungguh, kami khawatir dia akan segera menyiksa kami atau akan bertambah melampaui batas, ”.”(Q.S. Taa-haa,[20] 44-45)²⁸

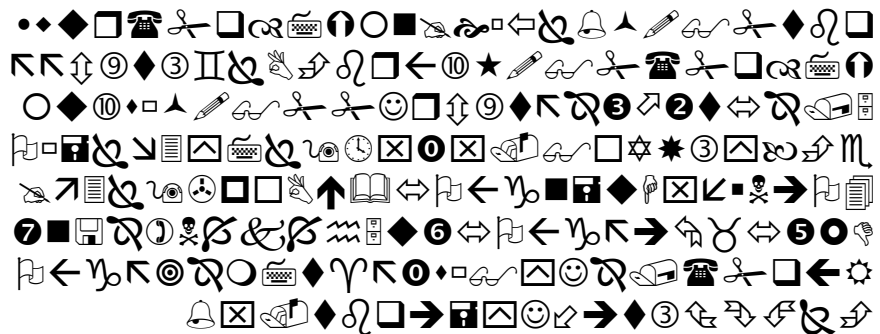
- 2) Kedua, dakwah perlu disampaikan semua waktu, tempat dan kesempatan. Tidak harus menunggu hari jum'at, bulan ramadhan, maulid nabi atau isra' mi'raj. Juga tidak hanya di masjid, mushollah, majelis ta'lim. Contoh yang baik disini adalah kisah Nabi Yusuf dalam Al-Qur'an yang menerangkan bagaimana

²⁷Marwah Daud, *Dakwah Islam Di Era Informasi*, www.Marwah Daud.com

²⁸ R.H.A Soenarjo.*Al-Qur'an dan terjemahannya*, (Jakarta: Yayasan penyelenggara penterjemah/pentafsiran Al-Qur'an, 1971), h. 480.

kepalanya. Telah terjawab perkara yang kamu tanyakan (kepadaku).”(Q.S.Yusuf ,[12] 36-41)²⁹

- 3) Ketiga, kegiatan dakwah sepatutnya dilakukan dengan menyebarkan berita kebenaran tanpa harus menjelek-jelekan pihak lain. Kita tidak pantas meremehkan kepercayaan orang lain atau mencap orang lain hina, sekalipun kita yakin akan kebenaran agama kita, sesuai firman Allah sebagai berikut:



Artinya:

“Dan janganlah kamu memaki sesembahan yang mereka sembah selain Allah, karena mereka nanti akan memaki Allah dengan melampaui batas tanpa dasar pengetahuan. Demikianlah, kami jadikan setiap umat menaggap baik pekerjaan mereka. Kemudian kepada Tuhan tempat kembali mereka, lalu dia akan memberi tahu kepada mereka apa yang telah mereka kerjakan.” (Q.S.Al-An’am ,[6] 108)³⁰

- 4) Keempat, kegiatan dakwah merupakan gerakan yang dilakukan terus-menerus dan berulang-ulang untuk mencapai hasil yang terbaik.

Jadi penulis menyimpulkan dari uraian diatas bahwa pengertian efektifitas adalah kesesuaian antara harapan dengan orang yang melaksanakan tugas yang akan dituju, atau bisa dikatakan sebuah

²⁹R.H.A Soenarjo, *Al-Qur’an dan terjemahannya*, (Jakarta: Yayasan penyelenggara penterjemah/pentafsiran Al-Qur’an, 1971), h. 353-354.

³⁰ R.H.A. Soenarjo, *Al-Qur’an dan terjemahannya*, (Jakarta: Yayasan penyelenggara penterjemah/pentafsiran Al-Qur’an, 1971), h. 205.

organisasi yang mencapai sebuah tujuan yang ingin dituju sehingga apa yang diharapkan sesuai dengan kenyataan.

Komunikasi yang efektif dikatakan berhasil, jika maksud dari pesan tersampaikan dan dapat dipahami oleh komunikan, dan mendapatkan umpan balik sesuai dengan yang diharapkan oleh komunikator. Orang yang mampu berkomunikasi secara efektif, tidak hanya akan mampu memotivasi orang-orang, akan tetapi juga mampu berbicara didepan umum dalam rangka memberikan informasi, motivasi, membujuk, mengendalikan, atau memberikan instruksi.

4. Pengertian Seni Musik

Seni berarti keahlian membuat karya yang bermutu. Selain itu seni merupakan karya yang diciptakan dengan keahlian yang luar biasa seperti tari, lukisan, ukiran, musik.³¹ Musik berarti nada atau suara yang disusun sedemikian rupa sehingga mengandung irama, lagu dan keharmonisan (terutama yang menggunakan alat-alat yang dapat menghasilkan bunyi-bunyi).³²

Seni musik, misalnya yang terwakili dalam suara atau pantun umumnya secara internal dan eksternal tidak saja mengandung hiburan tetapi juga bercerita, mendidik, mengajak bagi masyarakat tentang nilai-nilai kebudayaan. Musik berasal dari bahasa Yunani *Kuno Mousa*, yang memimpin seni dan ilmu. Musik merupakan salah satu seni tertua, bahkan

³¹Tim Penyusun Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia, cet 3 (Jakarta: Balai Pustaka, 2017), h.1037.

³²Tim Penyusun Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia, cet 3 (Jakarta: Balai Pustaka, 2017), h.766.

tidak ada sejarah peradaban dunia atau masyarakat yang dilewati tanpa musik.³³

Musik adalah ekspresi jiwa manusia tentang keindahan nada dan irama. Musik juga dapat diartikan sebagai bunyi yang diterima oleh individu dan berebeda-beda berdasarkan sejarah, lokasi, budaya, dan selera seseorang. Musik merupakan alat komunikasi yang sangat efektif melalui seluruh aspek yang terdapat di dalam musik. Musik juga dapat mempengaruhi manusia dengan cepat apalagi jika disampaikan dengan lirik dan syair yang dapat menyentuh jiwa seseorang. Oleh karena itu manusia menyukai musik sebagai keindahan.³⁴

Jadi seni musik adalah sebuah karya indah yang menghasilkan sebuah nada dan irama yang biasanya dituangkan atau disampaikan melalui lirik lagu dan dapat membuat pendengarnya merasa tenang dan senang ketika menikmatinya. Maka dari itu musik merupakan sebuah keindahan.

5. Lagu Sebagai Media Dakwah

Media yang dimaksud disini ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Selain indra manusia, ada juga saluran komunikasi seperti telepon, surat, telegram yang digolongkan sebagai media komunikasi antarpribadi. Dalam komunikasi massa, media adalah alat yang dapat menghubungkan antara sumber dan

³³ Deny Kurniawan, *Dakwah Melalui Musik “Analisis Wacana Lagu Karya Rhoma Irama”* (Skripsi S1 Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Jakarta, 2007) h.25.

³⁴ Jalaludin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya), h.268.

penerima yang sifatnya terbuka, dimana setiap orang dapat melihat, membaca, dan mendengarnya.³⁵

Sebuah saluran ibarat kendaraan yang mengangkut pesan dari pengirim kepada penerima. Saluran komunikasi bisa bertentuk ucapan kata-kata verbal dan non verba, saluran media massa seperti TV, Radio, Surat Kabar, dan Buku. Ada juga yang menyebutkan, saluran atau media merupakan *transmitter*, istilah ini diambil dari model Shannon & Weaver. Dalam komunikasi antarpersonal tatap muka, saluran tampil melalui: mulut (suara) dan Bahasa tubuh (*gesture*), dan aau udara (suara) dan cahaya (*gesture*) yang memungkinkan trasmisi sinyal dari satu orang kepada orang lain. Contoh, siaran televisi selalu mencangkup lapisan-lapisan tertentu seperti kamera dan mikrofon, system editing, dan penyaringan.

Saluran atau media merupakan tempat yang dilalui pesan.Saluran umumnya dipilih oleh pengirim karena dialah yang berhak menentukan jenis media yang digunakan, apakah media sebagai jalur formal maupun informal.Contoh, setiap organisasi telah menentukan jalur komunikasi formal yang menghubungkan atasan dan bawahan.Jadi secara tradisional saluran formal dalamorganisasi mengikuti rantai otoritas yang telah ditetapkan. Bentuk lain dari media dalam organisai adalah jalur informal, dalma organisasi terlihat melalui komunikasi spontan antarpersonal.³⁶

³⁵ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*,(Jakarta: PT RajaGrafindo Persada,2010), h.25.

³⁶ Alo Liliweri, *Komunikasi Antarpersonal*,(Jakarta: PT. Adhitya Andrebina Agung,2015),h.67.

Washilah (media) dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran islam) kepada Mad'. Untuk menyampaikan ajaran islam kepada umat, dakwah dapat menggunakan berbagai washilah. Hamzah Ya'qub membagi washilah dakwah menjadi lima macam, yaitu: lisan, tulisan, lukisan, audiovisual, dan akhlak.

- a. Lisan adalah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.
- b. Tulisan adalah media dakwah melalui tulisan, buku, majalah, surat kabar, surat-menyurat (korespondensi), spanduk, dan sebagainya.
- c. Lukisan adalah media dakwah melalui gambar, karikatur, dan sebagainya.
- d. Audiovisual adalah media dakwah yang dapat merangsang indra pendengaran, penglihatan atau kedua-duanya, seperti televisi, film slide, OHP, Internet dan sebagainya.
- e. Akhlak, yaitu media dakwah melalui perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran islam yang secara langsung dapat dilihat dan didengarkan oleh mad'u.³⁷

Jadi saluran atau media adalah dimana pesan bergerak dari sumber kepada penerima, bergerak dari satu tempat ke tempat lain, dari satu orang kepada orang lain yang semuanya berfungsi sebagai alat transportasi, contoh: gelombang suara, televisi, radio, surat kabar.

³⁷Muhammad Munir, & Wahyu Ilahi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta, Fajar Interpratama Offset, 2006), h.32.

Lagu adalah bagian dari musik, musik adalah letusan ekspresi isi hati yang dikeluarkan secara teratur dalam bahasa bunyi atau lagu. Apabila dikeluarkan melalui mulut disebut vokal dan apabila dikeluarkan oleh alat-alat musik disebut instrumental³⁸.

Musik sangat banyak permunculannya. Ada musik seperti lagu anak-anak, lagu rakyat, lagu-lagu perjuangan, nasional, musisi opera, symphoni, sonata, serta lagu religi yaitu lirik atau syairnya bercerita tentang masalah agama dan lain-lainnya. Masing-masing itu dituangkan dalam bentuk khas. Menurut bentuk lahirnya, sesuatu lagu terdiri dari sejumlah nada-nada dengan ketinggian dan panjang nada yang berbeda-beda, yang diatur dan dirangkai menurut suatu tata cara tertentu. Rangkaian demikian menghasilkan apa yang dinamakan dengan melodi. Melodi itu merupakan inti dari setiap musik. Daya pikat utama suatu musik terletak pada melodinya.³⁹

Pada Zaman dahulu, pada permulaan masuknya Islam ke Indonesia, para da'i dari kalangan Walisongo menjadikan musik sebagai media berdakwah. Dan ternyata efektif. Penyampaian dakwah tidak akan sampai kepada sasarannya apabila tidak membaur dan mengakomodasi dengan perilaku, kebudayaan, dan keadaan masyarakat. Singkatnya, apa yang selalu mereka kerjakan dan mereka sukai, disanalah kita bisa menjadikan media untuk berdakwah.⁴⁰

³⁸Atam Hamju, *Pengetahuan Seni Musik*, (Jakarta: Mutiara Sumber Wijaya, 1986), h.9.

³⁹Binsar Sitompul, *Musik dan Seni Suara*, (Jakarta: Offset Bumirestu, 1984), cet-2, h.29.

⁴⁰ <http://qultummedia.com/info/senandung-Cahaya-Islam-Melalui-Pop-Religi.html>

Menurut para ahli sufi islam bahwa nyayian atau lagu dapat menyembuhkan penyakit jiwa dan penyakit badan, sehingga lagu dapat menjadi obat. Al-Kindi telah mempraktekkan musik dan lagu sebagai jalan untuk menyembuhkan seorang hartawan, yang telah lama menderita sakit. Pelajaran dari terapi musik ini (*Doctrinair Of musical Theraheutics*) sekarang telah diterima orang dalam lapangan ilmu pengetahuan.⁴¹

Menurut Sidi Gazalba, musik merupakan salah satu media yang dapat dijadikan sarana untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah yang mudah diterima oleh khalayak. Sifatnya yang menghibur dapat dimanfaatkan penyanyi atau seniman untuk memasukkan pesan-pesan dakwah di dalamnya, sehingga secara tidak langsung khalayak telah menerimanya dengan suka hati dan tidak membosankan untuk didengar berulang-ulang kali bahkan menirukannya, karena musik merupakan kesenian yang amat menarik untuk manusia dan sudah naluri manusia untuk menyukai hal-hal yang bersifat estetika dan keindahan.

Jadi efektifitas dakwah melalui musik merupakan trobasan yang tepat pada saat ini, karena banyak daari manusia menyukai keindahan dan kesenangan. Para da'i di indonesia telah banyak yang menggunakan musik sebagai metode berdakwahnya. Musik dianggap lebih mudah dan digemari masyarakat sehingga pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui musik dapat diterima dengan cepat oleh para mad'u

B. Hasil Penelitian yang Relevan

⁴¹A. Hajsmy, Sejarah Kebudayaan islam, (Jakarta: Bulan Bintang,1995), h.30.

Dalam penellitian in, peneliti menemukan lima penelitian terdahulu yang diantaranya:

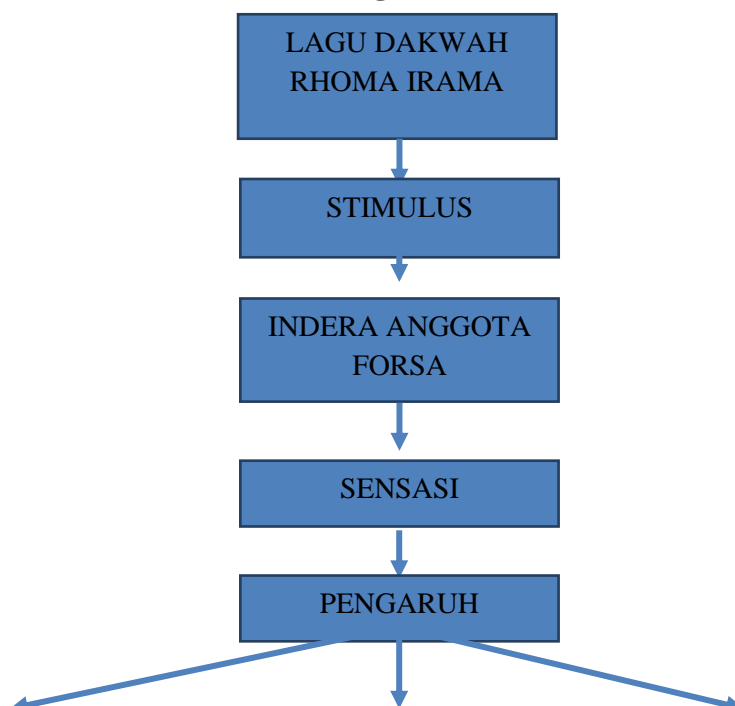
Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Persepsi Mahasiswa Terhadap efektifitas Pembelajaran Melalui Grup Facebook (<u>Studi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Tri bhuwana Tungga dewi</u>)(Molaga)	Metode analisa yang digunakan adalah metode deskriptif	Variabel yang diteliti berbeda
2	Persepsi Mahasiswa Ekonomi Terhadap Efektifitas Iklan Amnesti Pajak Di Televisi Nasional (Studi mahasiswa Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar) (St. HajrahPratiwi	Menggunakan metode kuantitatif dengan metode analisis deskriptif data dalam tabel frekuensi	variabel yang diteliti berbeda.
3	Analisis Isi Pesan dakwah Dalam LAGu ABATASA karya grup band Wali(Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatulloh)(Zamal Abdul Nasir 2014)	Menganalisis musik yang dijadikan media dakwah.	Terletak pada metode penelitian yang dimana penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif.
4	Nilai-Nilai Tauhid Dalam Syair Lagu Karya Rhoma Irama(Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)(Yulia Fajar Umayya 2018)	Meneliti lagu karya H. Rhoma Irama	Terletak pada metode penelitan tersebut menggunakan penelitian kualitatif.
5	Efektivitas Saran Dakwah Radio Streaming Sebagai Media Dakwah Islam (Studi Kasus Radio Ramayana 98,8FM Metro) (Studi Mahasiswa Fakultas Ushuludin,Adab, dan Dakwah	Meneliti tentang Efektifitas media dakwah dengan menggunakan metode kuantitatif	Menggunakan Radio sebagai media dakwahnya

	IAIN Metro)(Sara Dila Ridani 2018)		
6	Persepsi Remaja Islam Masjid Al-Hikmah Terhadap Film Mencari Hilal (Studi Kasus Remaja Islam Masjid Al-Himah Kelurahan Pamulang Barat Kecamatan Pamulang Kota Tangerang Selatan)	Meneliti persepsi masyarakat terhadap suatu yang terjadi	Perbedaan terletak pada metode penelitian, dan objek penelitian.
7	Analisis pesan dakwah dalam lirik lagu grup music vagetoz album kuatkan aku (Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatulloh)(Achmad anwar Sjadad 2013)	Menganalisis musik yang dijadikan media dakwah.	Variabel yang diteliti berbeda
8	Efektivitas Dakwah Akun Facebook IMARAH terhadap Likers (Studi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang)(Zuhilmi Bin Zulkarnain 2017)	Meneliti tentang Efektifitas media dakwah dengan menggunakan metode kuantitatif	variabel yang diteliti berbeda.

C. Kerangka Berfikir

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir





Berdasarkan keseluruhan teori tersebut di atas, maka penulis mengembangkan kerangka berfikir yang digunakan dalam penelitian ini adalah Persepsi Fans Of Rhoma Irama Dan Soneta (FORSA) Terhadap Efektifitas musik oleh H. Rhoma Irama sebagai media dakwah. Hal ini sangat diperlukan terlebih khusus di kalangan para fans, karena musik merupakan salah satu media komunikasi yang memanfaatkan gelombang suara, sehingga dapat di jangkau oleh seluruh masyarakat, dan bersifat heterogen. Di dalam beberapa lagu beliau menyampaikan stimulus terkait pesan-pesan dakwah islam serta tujuan dakwah islam dapat tersampaikan dan diterima dengan baik oleh indra pengengaran para fans, sehingga menimbulkan beberapa berbagai macam pengaruh seperti dampak positif sesuai dengan apa yang diharapkan. Sehingga memperoleh beberapa persepsi anggota forsa terhadap lagu-lagu H. Rhoma Irama yang dijadikan sebagai media dakwah.

D. Perumusan Hipotesis Penelitian

Mengingat penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, maka hipotesis penelitian ini adalah hipotesis deskriptif.

Hipotesis deskriptif adalah jawaban sementara untuk rumusan masalah deskriptif,

yaitu berkaitan dengan variabel mandiri. Hipotesis juga

dapat didefinisikan sebagai dugaan tentang suatu nilai variabel mandiri. Artinya dalam penelitian ini hanya ada 1 variabel dan tidak terikat dengan variabel lainnya. Hipotesis ini tidak membuat perbandingan atau hubungan dengan variabel lain.

Berdasarkan rumusan masalah Bagaimana Persepsi Fans Of Rhoma Irama Terhadap Efektifitas musik H. Rhoma Irama sebagai media dakwah?, maka hipotesis penelitian yang merupakan dugaan sementara adalah sebagai berikut

H : Persepsi Fans Of Rhoma Irama Terhadap Efektifitas musik H. Rhoma Irama sebagai media dakwah mencapai 95% dari kriteria yang ditetapkan

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

1. Secara Umum penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Persepsi Fans Of Rhoma Irama Terhadap Efektivitas Lagu H. Rhoma Irama pada Anggota Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kelurahan Kedaung.

B. Tempat dan waktu Penelitian

1. Lokasi.

Penelitian ini bertempat di Kelurahan Kedaung, Tangerang Selatan

2. Waktu penelitian.

Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Juni sampai Juli 2019

C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang menggambarkan permasalahan yang didasari pada data berupa angka-angka, kemudian dianalisa lebih lanjut untuk kemudian diambil kesimpulan. Survei adalah metode riset yang menggunakan kuisisioner sebagai instrument pengumpulan datanya, tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Penelitian ini juga menggunakan desain deskriptif analisis,

yang bisa dianggap bisa mewakili populasi.¹ Menurut Winarno Surakhmad apabila ukuran populasi sebanyak kurang lebih 100, maka pengambilan sampel sekurang-kurangnya 50% dari populasi, apa bila populasi sama dengan atau diatas 1000 maka ukuran sampel 15%.² Untuk teknik pengambilan sampel, peneliti menggunakan teknik accidental sampling, teknik ini merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel³. Berdasarkan kriteria sering mendengar lagu-lagu dakwah H. Rhoma Irama, dan mengetahui serta memahami pesan dakwah yang terdapat di dalam lagu-lagu tersebut. Untuk penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 54 orang.

D. Variabel penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan variabel tunggal, menurut H., M. Martini Hadari variabel tunggal merupakan variabel yang di dalamnya hanya mengungkapkan variabel untuk dideskripsikan faktor-faktor disetiap gejala yang ada di dalam variabel tersebut. Variabel tunggal juga merupakan variabel yang menggambarkan suatu cirri, sikap, ukuran, yang dimiliki oleh penelitian tertentu.⁴

E. Populasi dan Sampel Penelitian

¹M. Iqbal Hasan, *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), h.58.

² Winarno Surakhmad, *Pengantar penelitian ilmiah dasar, metode dan teknik*, (Bandung: Tarsito, 2004), h.102

³ Avisena Vol.13 No.1/Juni 2019, <http://e-Journal.unizar.ac.id>, diakses pada 21 Agustus 2021, 11:26

⁴ Noatmodjon, *Metodologi Penelitian Kesehatan*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2005)

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah jumlah dari keseluruhan objek yang karakteristiknya hendak diduga. Objek ini disebut analisis, unit analisis bisa merupakan orang, rumah tangga, tanah pertanian, perusahaan, dan lain-lain dalam bentuk yang bisa dipakai dalam survei⁵. Populasi dari penelitian ini 100 orang, populasi ini didapat dari proses wawancara dengan salah satu anggota FORSA Kelurahan Kedaung.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap, yang bisa dianggap bisa mewakili populasi.⁶ Jalaludin Rakhmat mendefinisikan sampel sebagai sejumlah anggota populasi yang dipelajari dan diamati.⁷ Menurut Winarno Surakhmad apabila ukuran populasi sebanyak kurang lebih 100, maka pengambilan sampel sekurang-kurangnya 50% dari populasi, apa bila populasi sama dengan atau diatas 1000 maka ukuran sampel 15%.⁸

Untuk teknik pengambilan sampel, peneliti menggunakan teknik accidental sampling, teknik ini merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan dengan

⁵Pangestu Subagyo dan Djarwanto Ps, *Statistika Induktif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu,2011), h.93.

⁶M. Iqbal Hasan, *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Bogor: Ghalia Indonesia,2002), h.58.

⁷Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Kuantitatif*, cet ke-13, h.78.

Winarno Surakhmad, *Pengantar penelitian ilmiah dasar, metode dan teknik*, (Bandung: Tarsito,2004), h.102

peneliti dapat digunakan sebagai sampel⁹. Berdasarkan kriteria sering mendengar lagu-lagu dakwah H. Rhoma Irama, dan mengetahui serta memahami pesan dakwah yang terdapat di dalam lagu-lagu tersebut. Untuk penelitian ini sampel yang diambil sebanyak 54 orang..

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Data Primer

Data Primer adalah `sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yang berupa angket baik dalam bentuk individu atau kelompok maupun hasil observasi dari suatu objek, kejadian atau hasil pengujian. Individu adalah para Fans of Rhoma Irama yang akan diwawancarai terkait lagu H. Rhoma Irama sebagai media dakwah.

Data primer diambil dari tiga sumber, yaitu:

a. Angket

Angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang di susun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden. Merupakan suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisa mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang sudah ada.¹⁰ Pertanyaan dalam angket menggunakan jenis angket tertutup dan akan dijawab oleh para anggota Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kelurahan Kedaung.

⁹ Avisena Vol.13 No.1/Juni 2019, <http://e-Journal.unizar.ac.id>, diakses pada 21 Agustus 2021, 11:26

¹⁰ Sofiyon Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual SPSS*, (Jakarta, Permada Media, 2014), h.21.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa angket atau kuisisioner yang dibuat sendiri oleh peneliti. Sugiyono menyatakan bahwa “Instrumen penelitian adalah suatu alat pengumpulan data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati”. Dengan demikian penggunaan instrumen penelitian yaitu untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah, fenomena alam maupun sosial.¹¹ Agar mendapatkan hasil penelitian yang memuaskan, peneliti menyusun rancangan kisi-kisi instrumen penelitian. Dalam penelitian ini, dari setiap variabel yang ada akan diberikan penjelasan, selanjutnya menentukan indikator yang akan diukur, hingga menjadi item pertanyaan, seperti tabel dibawah ini.

¹¹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian dan Pengembangan*, (Bandung: Alfabeta, 2014) h. 92.

Tabel 3.1
Kisi-kisi Instrumen

Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor Soal	Jumlah butir soal
Persepsi Terhadap Efektifitas Musik H. Rhoma Irama Sebagai Media Dakwah	Materi dakwah dalam lagu sebagai media dakwah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesan Akidah, meliputi iman kepada Allah SWT, Malaikat-Nya, Kitab-Nya, Rasul-Nya, Hari Akhir, dan Qadha dan Qadhar. 2. Pesan Syariah meliputi ibadah dan muamalah 3. Pesan Akhlak meliputi akhlak kepada Allah SWT, akhlak terhadap makhluk baik manusia ataupun bukan manusia. 4. Menambah dan memperkuat keimanan 5. Meningkatkan ibadah 6. Hukum muamalat didalam Islam 7. Jiwa kesosialan dalam masyarakat 8. Menjalankan ibadah wajib dan sunah 9. Mendirikan sholat fardhu tepat waktu 10. Berbakti kepada orang tua 11. Aktif dalam kegiatan sosial di masyarakat 	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20,21,22	22
	Efektivitas lagu sebagai media dakwah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bertutur kata secara lemah lembut 2. Penyampaian materi dakwah dapat diterima di semua kalangan 3. Menyampaikan Materi Dakwah dengan ikhlas, sehingga tidak terkesan menggurui 4. Menyampaikan materi dakwah yang mudah dicerna oleh masyarakat dan diterapkan di kehidupan sehari-hari. 5. Materi dakwah memberikan efek yang baik pada kehidupan pendengar 6. Waktu Menyampaikan materi dakwah tidak terbatas 7. Dakwah yang disampaikan dapat didengar diberbagai tempat 8. Materi Dakwah yang disampaikan bersifat Nasihat 9. Materi Dakwah yang disampaikan berisi kebenaran dan tidak menjelek-jelekan orang lain 	23,24,25,26,27,28,29,30,31,32,33,34,35, 36,37,38,39,40,41,42,43,44,45,46,47	23
		Jumlah		47

H. Teknik Analisis Data

Analisis data akan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif, yaitu analisis data yang diolah dengan rumus-rumus statistika yang sudah disediakan, baik secara manual maupun dengan menggunakan jasa komputer.¹²

Untuk mengetahui Persepsi Fans of rhoma Irama Terhadap Efektifitas Musik H. Rhoma Irama oleh anggota FORSA kedaung, Tangerang Selatan yang dilakukan dengan skala likert. Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu, berikut tabel untuk skor skala likert.¹³

Tabel 3.2
Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Positif	Negatif
1	Sangat setuju	5	1
2	Setuju	4	2
3	Cukup Setuju	3	3
4	Tidak Setuju	2	4
5	Sangat Tidak Setuju	1	5

Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan dari variabel menjadi dimensi, dari dimensi dijabarkan menjadi indikator, dan dari indikator dijabarkan menjadi sub-indikator dapat dijadikan

¹²Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002), h. 213.

¹³Syofian Siregar, *Statistika Deskriptik Untuk Penelitian* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), h. 172.

tolak ukur untuk membuat suatu pertanyaan yang perlu dijawab oleh responden.¹⁴

Selanjutnya data yang diperoleh menggunakan kuisioner, hasilnya dipresentasikan di dalam tabel analisis berdasarkan variabel persepsi musik oleh H. Rhoma Irama sebagai media dakwah pada penggemar H. Rhoma Irama (FORSA) Kelurahan Kedaung, Tangerang Selatan Remaja dapat dianalisis sebagai berikut:

1. Validitas Instrumen

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian.¹⁵

Validitas menunjuk pada sejauh mana ukuran secara akurat merefleksikan pokok isi konstruk yang diukur. Jika ukuran mewakili konstruk maka instrumen ukuran peneliti adalah valid atau sah. Menurut Bailey, validitas mengandung dua bagian :

- a. Bahwa instrumen pengukuran adalah mengukur secara aktual konsep dalam pertanyaan, dan bukan beberapa konsep lain.
- b. Bahwa konsep dapat diukur secara akurat.

Sebab itu instrumen pengukur dikatakan valid atau sah apabila mengukur apa yang kita katakan akan diukur dan mampu mengungkap

¹⁴*Ibid.*, h. 25.

¹⁵ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Alfabeta,2015), h.117.

data tentang karakteristik gejala yang diteliti secara tepat. Sebuah instrumen dikatakan sah ketika ia mengukur apa yang kita katakan akan diukur.¹⁶

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. *Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.* Meteran yang valid dapat digunakan untuk mengukur panjang. Meteran tersebut menjadi tidak valid jika digunakan untuk mengukur berat.¹⁷ Uji Validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan tabulasi Microsoft Excel terlebih dahulu dan dipindahkan ke spss dengan uji coba Rhitung>Rtabel maka data merupakan *construck* yang kuat yang kuat (valid).

Uji validitas dari penelitian ini digunakan untuk mengungkapkan apakah pertanyaan pada kuisisioner tersebut sah atau tidak dengan cara menentukan korelasi antara *score* butir pertanyaan dengan total *score*. Untuk melakukan analisis validitas dapat digunakan metode *person product moment* dengan syarat sampel yang diambil bersifat normal (>30) sedangkan bila sampel yang diambil kecil (<30) maka dapat digunakan metode *spearman rank correlation* .

Dalam menentukan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikan koefesieen pada taraf

¹⁶Iber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*, (Bandung : PT. Refika Aditama, 2015), h.472.

¹⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2016), h.121.

signifikansi 0,05. Artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total atau instrumen dinyatakan valid bila r hitung $\geq r$ tabel. Maka bila hasil uji nilai instrumen lebih besar dari r tabel maka instrumen yang diajukan dapat dinyatakan valid.

Seperti telah dikemukakan bahwa, analisis faktor dilakukan dengan cara mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan construct yang kuat. Jadi berdasarkan analisis faktor itu dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut memiliki validitas konstruksi yang baik.¹⁸

2. Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas adalah suatu ukuran dari variabilitas jawaban lewat pengulangan percobaan konseptual. Reliabilitas menekankan pertanyaan apakah responden konsisten dan stabil dalam jawabannya. Dengan kata lain, satu instrumen ukuran disebut reliabel atau andal jika pengukuran dilakukan berulang kali terhadap konsep menghasilkan nilai konstan atau tidak berubah.¹⁹

Pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan secara *eksternal* maupun *internal*. Secara internal pengujian dapat dilakukan dengan *test-retest* (stability), *equivalent*, gabungan keduanya. Secara internal

¹⁸Sugiyono, *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta: 2016), h. 121.

¹⁹Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*, (Bandung : PT. Refika Aditama, 2015), h.462.

reliabilitas instrumen dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu.

a. Test-Retest

Instrumen penelitian yang reliabilitasnya diuji dengan test-retest dilakukan dengan cara mencobakan instrumen beberapakali kepada responden. Jadi dalam hal ini, instrumennya sama, respondennya sama, waktunya berbeda.

b. Ekuivalen

Instrumen yang ekuivalen adalah pertanyaan yang secara bahasa berbeda tetapi maksudnya sama. Pengujian reliabilitas dengan cara ini cukup dilakukan sekali, tetapi instrumennya dua, pada responden yang sama, waktu yang sama, instrumen berbeda.

c. Gabungan

Pengujian reliabilitas ini dilakukan dengan cara mencobakan dua instrumen yang equivalent itu beberapa kali, ke responden yang sama. Jadi cara ini merupakan gabungan pertama dan kedua.

d. Internal Consistency

Pengujian reliabilitas dengan internal consistency, dilakukan dengan cara mencobakan instrumen sekali saja, kemudian yang data diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu. Hasil analisis dapat digunakan untuk memprediksi reliabilitas instrumen.²⁰

²⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2016), h.130.

Pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan dengan teknik belah dua dari Spearman Brown (*split half*), KR. 20, KR 21 dan Anova Hoyt.

Berikut rumus rumusnya:

1) Rumus Spearman Brown

Dimana :

= reliabilitas internal seluruh instrumen

= korelasi product moment antara belahan pertama dan kedua

2) Rumus KR. 20 (Kuder Richardson)

Dimana:

k= jumlah item dalam instrumen

= Poporsi banyaknya subyek yang menjawab pada item1 =

varians total

3) Rumus KR. 21

Dimana:

k= jumlah item dalam instrumen

M = mean skor total

= varians total

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara Bersama-sama terhadap seluruh butir atau item pertanyaan dalam kuesioner penelitian.

Adapun dasar pengambilan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten.
- 2) Jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten. Berikut hasil dari perhitungan yang menyatakan bahwa angket reliable:

Tabel 3.3
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.972	47

3. Statistika Deskriptif

Statistik Deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.²¹

Statistika Deskriptif bertugas hanya untuk memperoleh gambaran (*description*) atau ukuran- ukuran tentang data yang ada di tangan. Jika data yang dianalisis merupakan sampel dari suatu populasi maka statistika deskriptif akan menghasilkan ukuran-ukuran sampel (statistik), sedangkan

²¹ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung : Alfabeta, 2015), h.29.

jika data yang dianalisis merupakan keseluruhan populasi maka statistika deskriptif akan menghasilkan ukuran-ukuran populasi (parameter).²²

Pada statistik deskriptif ini, akan dikemukakan cara-cara penyajian data, dengan tabel biasa maupun distribusi frekuensi, grafik garis maupun batang, diagram lingkaran, pictogram, penjelasan kelompok melalui modus, median, mean dan variasi kelompok melalui rentang dan simpang baku.

a. Ciri-ciri Penelitian Deskriptif

Beberapa ciri utama penelitian deskriptif ini yang dapat membedakannya dari jenis penelitian yang lain, yaitu:

- 1) Memusatkan pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang, atau masalah/kejadian yang aktual dan berarti.
- 2) Penelitian ini dimaksudkan untuk mendeskripsikan situasi atau kejadian secara tepat dan akurat, bukan untuk mencari hubungan atau sebab akibat.

Disamping ciri seperti yang telah dikemukakan di atas, ada sebagian ahli menggunakan istilah *descriptive* dalam arti yang lebih luas, sehingga pengertian penelitian deskriptif mencakup aspek yang luas

b. Langkah-langkah pokok Penelitian Deskriptif Kuantitatif

Seperti juga jenis penelitian yang lain, langkah-langkah pokok penelitian deskriptif sebagai berikut:

²²Furqon, *Statistika Terapan untuk Penelitian*, (Bandung : Alfabeta, cv, 2008), h. 2.

- 1) Tentukan masalah atau bidang yang diamati dan rumuskan sub masalah secara jelas dan terperinci.
- 2) Rumuskan secara jelas tujuan yang akan dicapai.
- 3) Lakukan penelaahan kepustakaan yang tepat dan benar.
- 4) Rumuskan metodologi penelitian, antara lain:
 - a) Prosedur pengumpulan data.
 - b) Pilih/ susun alat/ instrumen yang tepat.
 - c) Populasi dan sampel.
 - d) Pembakuan instrumen.
 - e) Latihan pengumpulan data.
- 5) Turun ke lapangan dalam rangka pengumpulan data.
- 6) Analisis data.
- 7) `Penulisan laporan.²³

Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dengan memanfaatkan SPSS versi 22 bertujuan untuk memperoleh gambaran secara diskriptif dengan menjabarkan dan menjelaskan hasil yang ada. Analisis statistik deskriptif berfungsi untuk memudahkan dalam memberikan gambaran tentang responden berdasarkan karakteristik seperti jenis kelamin, usia, dan semester. Analisis deskriptif untuk pengukuran persepsi tentang dimensi variabel yang tersaji dalam bentuk tabel frekuensi termasuk didalamnya skor tertinggi, rata-rata (mean), nilai tengah (median), dan standardeviasi.

²³A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian : Kualitatif, Kuantitatif, dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri, 2014) h.63

I. Hipotesis Statistika

Hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul.²⁴ Arikunto mengemukakan jenis penelitian yang tidak menggunakan pengujian hipotesis adalah penelitian deskriptif.

Hipotesis deskriptif merupakan hipotesis yang menyatakan karakteristik objek yang menjadikan rumusan penelitian sesuai variabel tertentu.

Hipotesis ini secara tipikal menyatakan keberadaan atau eksistensi, ukuran, besar, bentuk atau distribusi dari beberapa variabel. Bagian terpenting dari statistika deskriptif yaitu pembuatan distribusi frekuensi yang menjelaskan atas sebaran jawaban yang ada di perangkat data, di dalamnya menunjukkan jumlah responden dalam tiap-tiap kategori²⁵

Mengingat responden dalam penelitian ini adalah seluruh populasi maka tidak digunakan hipotesis statistik, karena hipotesis statistik hanya digunakan apabila kita mengambil sampel dari sebuah populasi, diuji menggunakan statistik inferensial, yang mana tujuannya adalah untuk menguji apakah sampel dapat mewakili populasi atau tidak.

Hipotesis statistik tidak wajib dilakukan jika kita mengambil data dari populasi (cara sensus), atau jika kita tidak ingin melakukan generalisasi untuk membuktikan apakah sampel dapat mewakili populasinya atau tidak.

²⁴Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010), h. 110.

²⁵ Baca lengkap di: <https://media.neliti.com/media/publications/278580-tipe-penelitian-deskripsi-dalam-ilmu-kom-a74b7b08.pdf>, diakses pada 1 februari jam 16.34 WIB

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Biografi H. Rhoma Irama

Rhoma irama yagn akrab dengan panggilan bang haji, lahir di Tasikmalaya pada tanggal 11 Desember 1946, dari padangan Raden Burdah Anggawirya asli Tasikmalaya, dan R. A Tuti Juwariyah dari Banten. Ayahnya wafat 1958 sebagai seorang komandan gerilyawan Garuda Putih.¹

Nama asli Rhoma Irama adalah Oma Irama, iadiberi nama itu karena kegandrungann ayahnya pada irama melayu yaitu *group sandiwara irama baru* yang berasal dari Jakarta, yang pernah diundang untuk menghibur pasukannya di Tasikmalaya. Kemudian nama itu menjadi Rhoma Irama dengan tambahan huruf R dan H, huruf R berarti Raden dan huruf H berarti Haji. Sehingga setelah pulang dari haji namanya lengkap menjadi Rhoma Irama. Rhoma Irama merupakan putra keduadari empat belas bersaudara, delapan laki-laki dan enam perempuan (delapan saudara kandung, empat saudara seibu dan dua saudara bawaan dari ayah tirinya).²

¹ Budiyo Kambali, “*Rhoma Irama, Ensiklopedia Nasional Indonesia, Jilid VII*. (Jakarta: PT. Pustaka, 1998), h. 222.

²*Ibid.*

2. Karier H. Rhoma Irama

Pada tahun tujuh puluhan, Rhoma Irama mulai dikenal sebagai bintang film kanak-kanak. Djendral Kanttjil, sejak tahun 1958. Kariernya di music sejak ia usia 11 tahun, Rhoma Irama sudah menjadi penyanyi dan musisi ternama setelah jatuh bangun mendirikan band music, mulai dari band Gayhand tahun 1963. Tak lama kemudian, ia pindah masuk Orkes Chandra Leka, sampai akhirnya membentuk band sendiri Soneta yang sejak 13 Oktober mulai berkibar. Bersama grup Soneta yang dipimpinnya, H. Rhoma Irama tercatat pernah memperoleh 11 Golden Record dari kaset-kasetnya. Berdasarkan penjualan kaset, dan jumlah penonton film-film yang dibintanginya, penggemar Rhoma Irama kurang dari 15 juta atau 10% penduduk Indonesia. Ini catatan sampai pertengahan 1984. “Tak ada jenis kesenian mutakhir yang memiliki lingkup sedemikian luas”, tulis majalah Tempo, 30 Juni 1984. Semetara itu, H. Rhoma Irama sendiri bilang, “saya takut publikasi. Ternyata saya sudah tersesat jauh.”. sebagai musisi, pencipta lagu, dan bintang layar lebar, Rhoma Irama selama kariernya seperti yang diungkapkan telah menciptakan kurang lebih 1000 buah lagu dan bermain di lebih 20 film.³

3. Rhoma Irama “Voice Of Moslem” (Suara Muslim)

Pada 13 Oktober 1973, Rhoma Irama mencangangkan semboyan “Voice Of Moslem” (suara Muslim) yang bertujuan menjadi agen pembaru

³Id.m.wikipedia.org “*Rhoma Irama-Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia Bebas*” diakses pada, 4 Januari 2020, 9:19 WIB.

music melayu yang memadukan unsure music rock dalam music melayu serta melakukan improvisasi atas aransemen, syair, lirik, kostum, dan penampilan di atas panggung. Menurut Achmad Albar, penyanyi rock Indonesia, “Rhoma pionir. Pntar mengawinkan orkes Melayu dengan Rock”. Tetapi jika kita amati ternyata bukan hanya rock yang dipadu oleh beliau tetapi music pop, india, dan orchestra juga. Inilah yang menyebabkan setiap lagu Rhoma Irama memiliki cita rasa yagn berbeda. Bagi para penyanyi dangdut Rhoma mewakili suasana ada nuansa agama, cinta remaja, cinta kepada orangtua, kepada bangsa, kritik sosial, dan lain-lain.⁴

B. Uji Persyaratan Analisis

1. Uji Validitas.

Dalam uji Validitas, ditemukan r tabel untuk n pada signifikan 5% adalah sebesar 0,226. Langkah selanjutnya adalah kita membandingkan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel. Berikut tabel validitas kusioner yang sudah peneliti hitung:

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir Awal	Butir Gugur	No. Butir Gugur	Butir Akhir
Persepsi Fans Of Rhoma Irama dan Soneta Terhadap Efektifitas Musik H. Rhoma Irama Sebagai Media dakwah	47	0	0	47
Jumlah	47	0		47

Sumber: data primer yang diolah

⁴ *Ibid.*

Ditemukan bahwa R tabel untuk N=52 adalah 0,226 selanjutnya nilai R tab ini kita bandingkan dengan nilai R hit. Apabila R hit pada tabel correlation lebih besar dari R tab maka kuisisioner dikatakan valid. Namun sebaliknya apabila R hit pada tabel correlation lebih kecil daripada R tab maka kuisisioner dinyatakan tidak valid. Hasil dari Jumlah Pearson Correlation pada tabel correlation pada tabel diatas hasilnya lebih dari 0,226. Artinya R hit lebih besar daripada R tab maka dari itu kuisisioner ini dinyatakan valid. Dan bisa lanjut ke uji reliabilitas.

2. Uji Reliabilitas

Setelah memahami dan mendalami teori-teori dan dasar uji reliabilitas ini, selanjutnya peneliti melakukan penghitungan dengan Spss

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai AlphaCronbach	Keterangan
Persepsi Fans Of Rhoma Irama Terhadap Efektifitas Musik Sebagai media dakwah	0,972	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah

Berdasarkan output reliability statistic di atas, diketahui nilai Cronbach's Alpha adalah sebesar 0,972. Nilai tersebut kemudian akan kita bandingkan dengan nilai R tabel dengan N= 47 dicari pada distribusi nilai R tabel pada signifikansi 5% .Maka diperoleh nilai R tabel sebesar 0,288. Karena nilai Cronbach's Alpha 0,972 lebih besar dari R tabel 0,288, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan diatas, dapat peneliti simpulkan bahwa angket atau kuisisioner dinyatakan reliable atau terpercaya sebagai alat pengumpul data dalam penelitian.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Terdapat beberapa hal untuk mengetahui persepsi para Fans Of Rhoma Irama (FORSA) terhadap efektivitas music sebagai media dakwah. Diantaranya yaitu dengan membagikan beberapa quisioner kepada beberapa responden. Dalam penelitian ini peneliti telah mengajukan 47 pertanyaan kepada 54 responden (Fans Of Rhoma Irama kedaung, Tangerang Selatan. hasil dari responden tersebut kemudian di analisis dan direkapitulasi dengan presentase sebagai berikut.

1. Deskripsi responden hasil penelitian pada dimensi persepsi terhadap materi dakwah dan lagu sebagai media dakwah.

Tabel 4.3
Lagu-lagu H. Rhoma Irama banyak menyampaikan pesan tentang Aqidah

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	0	0
3. S (Setuju)	6	11.1%
4. CS (Cukup Setuju)	24	44.4%
5. SS (Sangat Setuju)	24	44.4%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 6 (11.1%) responden yang menyatakan .Ada pula 24 (44.4%) responden yang menyatakan Cukup Setuju sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 24 (44.4%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan menganggap lagu-lagu dari H. Rhoma irama di dalamnya menyampaikan pesan tentang aqidah islam.

Tabel 4.4
Lagu-lagu H. Rhoma Irama banyak menyampaikan pesan tentang Akhlak

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	0	0
3. S (Setuju)	5	9.3%
4. CS (Cukup Setuju)	27	50%
5. SS (Sangat Setuju)	22	40,7%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 5 (9.3%) responden yang menyatakan. Ada pula 27 (50%) responden yang menyatakan Cukup Setuju sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 22 (40.7%) responden. . Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan menganggap lagu-lagu dari H. Rhoma irama di dalamnya menyampaikan pesan tentang akhlak islam

Tabel 4.5
Materi lagu H. Rhoma Irama mengandung pesan untuk lebih mendekatkan diri kepada sang pencipta, Allah SWT.

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	0	0
3. S (Setuju)	11	20.4%
4. CS (Cukup Setuju)	21	38.9%
5. SS (Sangat Setuju)	22	40.7%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 11 (20.4%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 21 (38.9%) responden yang menyatakan Cukup Setuju, sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 22 (40.7%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa materi di dalam lagu-lagu H.

Rhoma Irama mengandung pesan yang disampaikan kepada para pendengarnya khususnya para fans agar lebih mendekatkan diri kepada Allah Swt dan itu diakui oleh para Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan

Tabel 4.6
Materi lagu H. Rhoma Irama mengingatkan kepada kebaikan dan keutamaan menjaga akhlak.

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	2	3.7%
3. S (Setuju)	4	7.4%
4. CS (Cukup Setuju)	23	42.6%
5. SS (Sangat Setuju)	25	46.3%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 2 (3.7%) menyatakan tidak Setuju Dan ada 4 (7.4%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 23 (42.6%) responden yang menyatakan Cukup Setuju, sedangkan yang menyatakan sangat Setuju, ada 25 (46.3%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa materi di dalam lagu-lagu H. Rhoma Irama mengandung pesan yang disampaikan kepada para pendengarnya khususnya para fans beliau mengingatkan kepada kebaikan dan keutamaan untuk menjaga akhlak, dan itu diakui oleh para Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan

Tabel 4.7
Lagu H. Rhoma Irama memberikan pemahaman perbedaan antara ibadah, syariat, dan akhlak

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	2	3.7%
3. S (Setuju)	11	20.4%
4. CS (Cukup Setuju)	26	48.1%
5. SS (Sangat Setuju)	15	27.8%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 2 (3.7%) menyatakan tidak Setuju. Dan ada 11 (20.4%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 26 (48.1%) responden yang menyatakan Cukup Setuju, sedangkan yang menyatakan sangat Setuju, ada 15 (27.8%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan menganggap lagu-lagu dari H. Rhoma irama di dalamnya memberikan pemahaman serta perbedaan antara ibadah, syari'at, dan akhlak.

Tabel 4.8
Materi lagu H. Rhoma Irama mengungkap perihal syari'at islam

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	2	3.7%
3. S (Setuju)	12	22.2%
4. CS (Cukup Setuju)	18	33.3%
5. SS (Sangat Setuju)	22	40.7%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 2 (3.7%) menyatakan tidak Setuju. Dan ada 12 (22.2%) responden yang menyatakan baik Setuju. Ada pula 18 (33.3%) responden yang menyatakan Cukup Setuju sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 22 (40.7%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan

bahwa materi di dalam lagu-lagu H. Rhoma Irama mengungkap perihal syari'at islam, dan itu disetujui oleh para Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan

Tabel 4.9
Lagu H. Rhoma Irama mengingatkan agar senantiasa melakukan amar Ma'ruf nahi Munkar

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	1	1.9%
2. TS (Tidak Setuju)	1	1.9%
3. S (Setuju)	9	16.7%
4. CS (Cukup Setuju)	24	44.4%
5. SS (Sangat Setuju)	19	35.2%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 1 (1.9%) menyatakan sangat tidak setuju, dan ada 1 (1.9%) menyatakan tidak setuju. Dan ada 9 (16.7%) responden yang menyatakan setuju atas persepsi dirinya terhadap lagu H. rhoma Irama yang mengingatkan agar senantiasa melakukan amar Ma'ruf nahi Munkar .Ada pula 24 (44.4%) responden yang menyatakan Cukup setuju, sedangkan yang menyatakan sangat setuju, ada 19 (35.2 %) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan menganggap lagu-lagu dari H. Rhoma irama di dalamnya mengingatkan umat islam agar senantiasa selalu melakukan amal Ma'ruf Nahi Munkar.

Tabel 4.10
Lagu H. Rhoma Irama menyadarkan akan pentingnya hablum minallah dan hablum minannas

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	0	0
3. S (Setuju)	7	13%
4. CS (Cukup Setuju)	27	50%
5. SS (Sangat Setuju)	20	37%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 7 (13%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 27 (50%) responden yang menyatakan Cukup Setuju, sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 20 (37%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan menyetujui di dalam lagu H. Rhoma Irama menyadarkan para umat islam akan pentingnya hablumminallah dan hablumminannas.

Tabel 4.11
Lagu H. Rhoma Irama menyeru manusia berfikir tentang kejadian dan aturan alam untuk mengenali Allah SWT

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	0	0
3. S (Setuju)	10	18.5%
4. CS (Cukup Setuju)	27	50%
5. SS (Sangat Setuju)	17	31.5%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 10 (18.5%) responden yang menyatakan Ada pula 27 (50%) responden yang menyatakan Cukup Setuju, sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 17 (31.5%) responden. Dari tabel tersebut

bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan menyetujui di dalam lagu H. Rhoma Irama dimana beliau menyeru kepada manusia agar berfikir tentang kejadian dan aturan alam untuk mengenali Allah SWT.

Tabel 4.12
Lagu H. Rhoma Irama mengingatkan kita untuk selalu bersabar, menjadi hamba yang tabah dan bersangka baik dengan Allah SWT

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	0	0
3. S (Setuju)	6	11.1%
4. CS (Cukup Setuju)	27	50.0%
5. SS (Sangat Setuju)	21	38.9%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 6 (11.1%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 27 (50%) responden yang menyatakan Cukup Setuju, sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 21 (38.9%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan menyetujui di dalam lagu H. Rhoma Irama mengingatkan kita untuk selalu bersabar serta menjadi hamba yang tabah dan berprasangka baik dengan Allah SWT.

Tabel 4.13
Pesan dakwah dari lagu H. Rhoma Irama mengingatkan saya supaya lebih banyak berdoa dan berharap supaya kehidupan saya diberkati

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	1	1.9%
3. S (Setuju)	10	18.5%
4. CS (Cukup Setuju)	23	42.6%
5. SS (Sangat Setuju)	20	37.0%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 1 (1.9%) menyatakan tidak Setuju. Dan ada 10 (18.5%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 23 (42.6%) responden yang menyatakan Cukup Setuju sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 20 (37%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan menyetujui di dalam lagu H. Rhoma Irama mengandung pesan dakwah yaitu mengiatkan kita sebagai manusia untuk lebih banyak berdoa dan berharap kepada Allah SWT supaya kehidupan kita selalu diberkati olehNya.

Tabel 4.14
Lagu H. Rhoma Irama mengingatkan kita bahwa dunia ini hanyalah tempat pesinggahan sementara dan hanya amal yang menjadi bekal di akhirat

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	0	0
3. S (Setuju)	6	11.1%
4. CS (Cukup Setuju)	22	40.7%
5. SS (Sangat Setuju)	26	48.1%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 6 (11.1%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 22 (40.7%) responden yang menyatakan Cukup Setuju, sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 26 (48.1%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan menyetujui di dalam lagu H. Rhoma Irama

mengingatkan kita dunia ini hanyalah tempat pesinggahan sementara dan hanya amal yang menjadi bekal di akhirat .

Tabel 4.15
Syair dalam lagu H. Rhoma Irama membuka kesadaran akan pentingnya menjaga amalan dan ibadah

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	1	1.9%
3. S (Setuju)	6	11.1%
4. CS (Cukup Setuju)	27	50.0%
5. SS (Sangat Setuju)	20	37.0%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 1 (1.9%) menyatakan tidak Setuju. Dan ada 6 (11.1%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 27 (50%) responden yang menyatakan Cukup Setuju sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 20 (37%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan menyetujui di dalam lagu H. Rhoma Irama membuka kesadaran akan pentingnya menjaga amalan dan ibadah.

Tabel 4.16
Lagu H. Rhoma Irama banyak menyampaikan pesan tentang syari'ah

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	0	0
3. S (Setuju)	7	13.0%
4. CS (Cukup Setuju)	29	53.7%
5. SS (Sangat Setuju)	18	33.3%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 7 (13.0%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 29 (53.7%) responden yang menyatakan Cukup Setuju,

sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 18 (33.3%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan menyetujui di dalam lagu H. Rhoma Irama banyak menyampaikan pesan tentang syari'ah.

Tabel 4.17
Materi lagu H. Rhoma Irama berkaitan dengan fenomena sosial di masyarakat saat ini

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	1	1.9%
3. S (Setuju)	9	16.7%
4. CS (Cukup Setuju)	22	40.7%
5. SS (Sangat Setuju)	22	40.7%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 1 (1.9%) menyatakan tidak Setuju. Dan ada 9 (16.7%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 22 (40.7%) responden yang menyatakan Cukup Setuju sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 22 (40.7%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa materi di dalam lagu-lagu H. Rhoma Irama berkaitan dengan fenomena sosial di masyarakat saat ini, dan itu disetujui oleh para Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan.

Tabel 4.18
Lagu H. Rhoma Irama mengajak kita untuk menghindari dendam dan permusuhan dan untuk menjadi pemaaf.

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	0	0
3. S (Setuju)	6	11.1%
4. CS (Cukup Setuju)	23	42.6%
5. SS (Sangat Setuju)	25	46.3%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 6 (11.1%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 23 (42.6%) responden yang menyatakan Cukup Setuju, sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 25 (46.3%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan menyetujui di dalam lagu H. Rhoma Irama mengajak kita untuk menghindari dendam dan permusuhan dan untuk menjadi pemaaf.

Tabel 4.19

Lagu H. Rhoma Irama menyadarkan bahwa islam itu berkaitan dengan seluruh perkara dalam kehidupan termasuk perdagangan dan hubungan antara manusia.

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	0	0
3. S (Setuju)	8	14.8%
4. 4. CS (Cukup Setuju)	27	50.0%
5. SS (Sangat Setuju)	19	35.2%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 8 (14.8%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 27 (50.0%) responden yang menyatakan Cukup Setuju, sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 19 (35.2%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan menyetujui di dalam lagu H. Rhoma Irama menyadarkan bahwa islam itu berkaitan dengan seluruh perkara dalam kehidupan termasuk perdagangan dan hubungan antara manusia.

Tabel 4.20
Lagu H. Rhoma Irama mengingatkan kami pentingnya awali kehidupan sehari-hari dengan bismillah

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	2	3.7%
3. S (Setuju)	12	22.2%
4. CS (Cukup Setuju)	20	37.0%
5. SS (Sangat Setuju)	20	37.0%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 2 (3.7%) menyatakan tidak Setuju. Dan ada 12 (22.2%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 20 (37.0%) responden yang menyatakan Cukup Setuju sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 20 (37.0%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa materi di dalam lagu-lagu H. Rhoma Irama mengingatkan pentingnya awali kehidupan sehari-hari dengan bismillah.

Tabel 4.21
Lagu H. Rhoma Irama mengingatkan saya untuk menunaikan ibadah shalat fardhu tepat waktu

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	4	7.4%
3. S (Setuju)	13	24.1%
4. CS (Cukup Setuju)	16	29.6%
5. SS (Sangat Setuju)	21	38.9%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 4 (7.4%) menyatakan tidak Setuju. Dan ada 13 (24.1%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 16 (29.6%) responden yang menyatakan Cukup Setuju sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 21 (38.9%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan

bahwa materi di dalam lagu-lagu H. Rhoma Irama mengingatkan untuk menunaikan ibadah shalat fardhu tepat waktu.

Tabel 4.22
Syai'ir lagu H. Rhoma Irama menyadarkan saya betapa pentingnya melakukan amalan untuk kedua orang tua

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	0	0
3. S (Setuju)	8	14.8%
4. CS (Cukup Setuju)	19	35.2%
5. SS (Sangat Setuju)	27	50.0%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 8 (14.8%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 19 (35.2%) responden yang menyatakan Cukup Setuju, sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 27 (50.0%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan menyetujui di dalam lagu H. Rhoma Irama menyadarkan betapa pentingnya melakukan amalan untuk kedua orang tua

Tabel 4.23
Lagu H. Rhoma Irama mengajak manusia untuk banyak bersedekah

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	2	3.7%
3. S (Setuju)	7	13.0%
4. CS (Cukup Setuju)	23	42.6%
5. SS (Sangat Setuju)	22	40.7%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 2 (3.7%) menyatakan tidak Setuju. Dan ada 7 (13.0%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 23 (42.6%) responden yang menyatakan Cukup Setuju sedangkan yang menyatakan

sangat Setuju ada 22 (40.7%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan menyetujui di dalam lagu H. Rhoma Irama mengajak manusia untuk banyak bersedekah.

.Tabel 4.24
Materi dalam sya'ir lagu H. Rhoma Irama menyadarkan saya agar
senantiasa menjaga tutur kata dan tingkah laku sehari-hari

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	1	1.9%
3. S (Setuju)	8	14.8%
4. CS (Cukup Setuju)	23	42.6%
5. SS (Sangat Setuju)	22	40.7%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 1 (1.9%) menyatakan tidak Setuju. Dan ada 8 (14.8%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 23 (42.6%) responden yang menyatakan Cukup Setuju sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 22 (40.7%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa materi di dalam lagu-lagu H. Rhoma Irama menyadarkan agar senantiasa menjaga tutur kata dan tingkah laku sehari-hari, dan itu disetujui oleh para Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan.

2. Deskripsi responden pada hasil penelitian, pada dimensi efektifitas lagu sebagai media dakwah.

Tabel 4.25
Saya senang mendengarkan dakwah dari lagu H. Rhoma Irama

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	1	1.9%
2. TS (Tidak Setuju)	3	5.6%
3. S (Setuju)	13	24.1%
4. CS (Cukup Setuju)	16	29.6%
5. SS (Sangat Setuju)	21	38.9%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 1 (1.9%) menyatakan sangat tidak Setuju. Kemudian ada 3 (5.6%) menyatakan tidak setuju, Dan ada 13 (24.8%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 16 (29.6%) responden yang menyatakan Cukup Setuju sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 21 (38.9%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan suka mendengarkan lagu-lagu H. Rhoma Irama.

Tabel 4.26
Dakwah melalui musik tidak terikat genre musik tertentu

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	1	1.9%
2. TS (Tidak Setuju)	2	3.7%
3. S (Setuju)	12	22.2%
4. CS (Cukup Setuju)	25	46.3%
5. SS (Sangat Setuju)	14	25.9%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 1 (1.9%) menyatakan sangat tidak Setuju.

Kemudian ada 2 (3.7%) menyatakan tidak setuju, Dan ada 12 (22.2%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 25 (46.3%) responden yang menyatakan Cukup Setuju sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 14 (25.9%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan menyetujui dakwah melalui musik tidak terikat genre music tertentu.

Tabel 4.27
Irama lagu H. Rhoma Irama enak didengar dan tidak mengganggu pendengar dalam meresap pesan dakwah

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	0	0
3. S (Setuju)	9	16.7%
4. CS (Cukup Setuju)	22	40.7%
5. SS (Sangat Setuju)	23	42.6%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 9 (16.7%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 22 (40.7%) responden yang menyatakan Cukup Setuju, sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 23 (42.6%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan menyetujui irama lagu H. Rhoma Irama enak didengar dan tidak mengganggu pendengar dalam meresap pesan dakwah.

Tabel 4.28
Saya senang mendengar dakwah dari lagu H. Rhoma Irama karena banyak teman saya yang mendengarnya

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	2	3.7%
2. TS (Tidak Setuju)	8	14.8%
3. S (Setuju)	11	20.4%
4. CS (Cukup Setuju)	19	35.2%
5. SS (Sangat Setuju)	14	25.9%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 2 (3.7%) menyatakan sangat tidak Setuju. Kemudian ada 8 (14.8%) menyatakan tidak setuju, Dan ada 11 (20.4%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 19 (35.2%) responden yang menyatakan Cukup Setuju sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 14 (25.9%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan menyetujui senang mendengar dakwah dari lagu H. Rhoma Irama karena banyak teman saya yang mendengarnya.

Tabel 4.29
Saya tertarik mendengar lagu H. Rhoma Irama karena syairnya sangat familiar dan mudah diterima serta nada lagunya enak didengar

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	2	3.7%
3. S (Setuju)	8	14.8%
4. CS (Cukup Setuju)	23	42.6%
5. SS (Sangat Setuju)	21	38.9%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 2 (3.7%) menyatakan tidak Setuju. Dan ada 8 (14.8%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 23 (42.6%) responden yang menyatakan Cukup Setuju sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 21 (38.9%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan tertarik mendengar lagu H. Rhoma Irama karena syairnya sangat familiar dan mudah diterima serta nada lagunya enak didengar.

Tabel 4.30
Saya senang mendengar dakwah dari lagu H. Rhoma Irama karena dakwahnya tidak menggurui

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	0	0
3. S (Setuju)	9	16.7%
4. CS (Cukup Setuju)	25	46.3%
5. SS (Sangat Setuju)	20	37.0%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 9 (16.7%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 25 (46.3%) responden yang menyatakan Cukup Setuju, sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 20 (37.0%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan menyetujui lagu H. Rhoma Irama mengandung dakwah yang tidak menggurui.

Tabel 4.31
Lagu H. Rhoma Irama mengandung mater-materi dakwah yang baik

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	0	0
3. S (Setuju)	6	11.1%
4. CS (Cukup Setuju)	24	44.4%
5. SS (Sangat Setuju)	24	44.4%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 6 (11.1%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 24 (44.4%) responden yang menyatakan Cukup Setuju, sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 24 (44.4%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung,

Tangerang Selatan menyetujui lagu H. Rhoma Irama mengandung materi-materi dakwah yang baik.

Tabel 4.32
Dakwah melalui lagu H. Rhoma Irama mampu memberi kesan kepada emosi pendengar

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	2	3.7%
3. S (Setuju)	9	16.7%
4. CS (Cukup Setuju)	25	46.3%
5. SS (Sangat Setuju)	18	33.3%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 2 (3.7%) menyatakan tidak Setuju. Dan ada 9 (16.7%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 25 (46.3%) responden yang menyatakan Cukup Setuju sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 18 (33.3%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan setuju bahwa dakwah melalui lagu H. Rhoma Irama mampu memberi kesan pada emosi pendengar.

Tabel 4.33
Saya mencoba mengikuti nasihat yang terkandung di dalam lirik lagu H. Rhoma Irama

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	2	3.7%
3. S (Setuju)	10	18.5%
4. CS (Cukup Setuju)	23	42.6%
5. SS (Sangat Setuju)	19	35.2%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 2 (3.7%) menyatakan tidak Setuju. Dan ada 10

(18.5%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 23 (42.6%) responden yang menyatakan Cukup Setuju sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 19 (35.2%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan setuju untuk mencoba mengikuti nasihat yang terkandung di dalam lirik lagu H. Rhoma Irama.

Tabel 4.34
Mendengar dakwah dari lagu H. Rhoma Irama bisa memberi ketenangan

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	1	1.9%
3. S (Setuju)	15	27.8%
4. CS (Cukup Setuju)	26	48.1%
5. SS (Sangat Setuju)	12	22.2%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 1 (1.9%) menyatakan tidak Setuju. Dan ada 15 (27.8%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 26 (48.1%) responden yang menyatakan Cukup Setuju sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 12 (22.2%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan setuju setelah mendengar dakwah dari lagu H. Rhoma Irama bisa memberi ketenangan.

Tabel 4.35
Saya menjadi lebih bersabar dalam menjalani hidup setelah mendengar dakwah dari lagu H. Rhoma Irama

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	6	11.1%
3. S (Setuju)	21	38.9%
4. CS (Cukup Setuju)	17	31.5%
5. SS (Sangat Setuju)	10	18.5%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 6 (11.1%) menyatakan tidak Setuju. Dan ada 21 (38.9%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 17 (31.5%) responden yang menyatakan Cukup Setuju sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 10 (18,5%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan setuju setelah mendengar dakwah H. Rhoma Irama mereka menjadi lebih bersabar dalam menjalani hidup.

Tabel 4.36
Selepas mendengar lagu H. Rhoma Irama saya sering bermuhasabah dalam hati saya

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	6	11.1%
3. S (Setuju)	15	27.8%
4. CS (Cukup Setuju)	22	40.7%
5. SS (Sangat Setuju)	11	20.4%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 6 (11.1%) menyatakan tidak Setuju. Dan ada 15 (27.8%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 22 (40.7%) responden yang menyatakan Cukup Setuju sedangkan yang menyatakan

sangat Setuju ada 11 (20.4%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan setuju setelah mendengarkan dakwah H. Rhoma Irama mereka sering bermuhasabah dalam hati.

Tabel 4.37
Setelah mendengar materi lagu H. Rhoma Irama saya jadi lebih percaya diri dalam menjalankan ibadah

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	5	9.3%
3. S (Setuju)	19	35.2%
4. CS (Cukup Setuju)	19	35.2%
5. SS (Sangat Setuju)	11	20.4%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 5 (9.3%) menyatakan tidak Setuju. Dan ada 19 (35.2%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 19 (35.2%) responden yang menyatakan Cukup Setuju sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 11 (20.4%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan setuju bahwa setelah mendengar dakwah H. Rhoma Irama mereka menjadi lebih percaya diri dalam menjalankan ibadah.

Tabel 4.38
Saya mendengarkan lagu H. Rhoma Irama di saat waktu kosong

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	5	9.3%
3. S (Setuju)	14	25.9%
4. CS (Cukup Setuju)	22	40.7%
5. SS (Sangat Setuju)	13	24.1%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 5 (9.3%) menyatakan tidak Setuju. Dan ada 14 (25.9%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 22 (40.7%) responden yang menyatakan Cukup Setuju sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 13 (24.1%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan setuju bahwa mereka mendengarkan lagu H. Rhoma Irama pada saat waktu kosong.

Tabel 4.39
Saya mendengarkan lagu H. Rhoma Irama pada saat beliau konser di televisi

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	3	5.6%
3. S (Setuju)	7	13.0%
4. CS (Cukup Setuju)	12	22.2%
5. SS (Sangat Setuju)	20	37.0%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 3 (5.6%) menyatakan tidak Setuju. Dan ada 7 (13.0%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 12 (22.2%) responden yang menyatakan Cukup Setuju sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 20 (37.0%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan setuju bahwa mereka mendengarkan lagu H. Rhoma Irama pada saat beliau konser di televisi.

Tabel 4.40
Saya mendengarkan lagu H. Rhoma Iramadi pagi hari sebelum menjalankan aktivitas

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	5	9.3%
2. TS (Tidak Setuju)	14	25.9%
3. S (Setuju)	14	25.9%
4. CS (Cukup Setuju)	15	27.8%
5. SS (Sangat Setuju)	6	11.1%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 5 (9.3%) menyatakan sangat tidak Setuju. Kemudian ada 14 (25.9%) menyatakan tidak setuju, Dan ada 14 (25.9%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 15 (27.8%) responden yang menyatakan Cukup Setuju sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 6 (11.1%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan setuju bahwa mereka mendengarkan lagu H. Rhoma Irama di pagi hari sebelum menjalankan aktivitas

Tabel 4.41
Saya mendengarkan lagu H. Rhoma Irama berulang-ulang kali

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	1	1.9%
2. TS (Tidak Setuju)	15	27.8%
3. S (Setuju)	9	16.7%
4. CS (Cukup Setuju)	21	38.9%
5. SS (Sangat Setuju)	8	14.8%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 1 (1.9%) menyatakan sangat tidak Setuju. Kemudian ada 15 (27.8%) menyatakan tidak setuju, Dan ada 9 (16.7%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 21 (38.9%)

responden yang menyatakan Cukup Setuju sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 8 (14.8%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan setuju bahwa mereka mendengarkan lagu H. Rhoma Irama berulang-ulang kali.

Tabel 4.42
Saya mendengarkan lagu H. Rhoma Irama di rumah

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	5	9.3%
3. S (Setuju)	17	31.5%
4. CS (Cukup Setuju)	18	33.3%
5. SS (Sangat Setuju)	14	25.9%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 5 (9.3%) menyatakan tidak Setuju. Dan ada 17 (31.5%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 18 (33.3%) responden yang menyatakan Cukup Setuju sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 14 (25.9%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan setuju bahwa mereka mendengarkan lagu H. Rhoma Irama di rumah mereka.

Tabel 4.43
Saya mendengar lagu H. Rhoma Irama di mobil

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	3	5.6%
2. TS (Tidak Setuju)	9	16.7%
3. S (Setuju)	16	29.6%
4. CS (Cukup Setuju)	14	25.9%
5. SS (Sangat Setuju)	12	22.2%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 3 (5.6%) menyatakan sangat tidak Setuju. Kemudian ada 9 (16.7%) menyatakan tidak setuju, Dan ada 16 (29.6%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 14 (25.9%) responden yang menyatakan Cukup Setuju sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 12 (22.2%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan setuju bahwa mereka mendengarkan lagu H. Rhoma Irama di mobil mereka.

Tabel 4.44
Dakwah H. Rhoma Irama melalui musik dapat saya dengarkan kapanpun dan dimanapun saya mau

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	5	9.3%
3. S (Setuju)	8	14.8%
4. CS (Cukup Setuju)	20	37.0%
5. SS (Sangat Setuju)	21	38.9%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 5 (9.3%) menyatakan tidak Setuju. Dan ada 8 (14.8%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 20 (37.0%) responden yang menyatakan Cukup Setuju sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 21 (38.9%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan setuju bahwa mereka dapat mendengarkan yang disampaikan lewat lagu oleh H. Rhoma Irama kapanpun dan dimanapun mereka mau.

Tabel 4.45
Kita dapat membedakan lagu H. Rhoma Irama dengan laguyagn lain dengan mudah, karena lagu H. Rhoma Irama mempunyai nasihat yang baik pada liriknya.

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	6	11.1%
3. S (Setuju)	7	13.0%
4. CS (Cukup Setuju)	21	38.9%
5. SS (Sangat Setuju)	20	37.0%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 6 (11.1%) menyatakan tidak Setuju. Dan ada 7 (13.0%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 21 (38.9%) responden yang menyatakan Cukup Setuju sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 20 (37.0%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan setuju bahwa nasihat yang baik khususnya nasihat untuk mendekatkan diri kepada Allah merupakan suatu pembeda diantara lagu H. Rhoma Irama dengan lagu-lagu yang lain.

Tabel 4.46
H Rhoma Iramamenyeru kepada kita lewat lagunya supaya kita selalu muhasabah keadaan hati

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	0	0
3. S (Setuju)	10	18.5%
4. CS (Cukup Setuju)	22	40.7%
5. SS (Sangat Setuju)	22	40.7%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 10 (40.7%) responden yang menyatakan

Setuju. Ada pula 22 (40.7%) responden yang menyatakan cukup Setuju sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 22 (40.7%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan setuju bahwa seruan H. Rhoma Irama lewat lagunya mampu membuat mereka bermuhasabah keadaan hati.

Tabel 4.47
Lagu H. Rhoma Irama mengingatkan kita supaya tidak mendekati kepada maksiat, minuman keras serta narkoba.

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	1	1.9%
3. S (Setuju)	10	18.5%
4. CS (Cukup Setuju)	23	42.6%
5. SS (Sangat Setuju)	20	37.0%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 1 (1.9%) menyatakan tidak Setuju. Dan ada 10 (18.5%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 23 (42.6%) responden yang menyatakan Cukup Setuju sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 20 (37.0%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan setuju bahwa isi lagu yang disampaikan oleh H. Rhoma Irama mengingatkan kita supaya tidak mendekati kepada maksiat, minuman keras serta narkoba.

Tabel 4.48
Sya'ir lagu dakwah H. Rhoma Irama sesuai dengan apa yang sudah diajarkan dalam syari'at islam

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	0	0
3. S (Setuju)	9	16.7%
4. CS (Cukup Setuju)	16	29.6%

5. SS (Sangat Setuju)	29	53.7%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 9 (16.7%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 16 (29.6%) responden yang menyatakan Cukup Setuju sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 29 (53.7%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan setuju bahwa sya'ir lagu dakwah H. Rhoma Irama sesuai dengan apa yang sudah diajarkan di dalam syari'at islam.

Tabel 4.49
Sya'ir lagu dakwah H. Rhoma Irama tidak menjelek-jelekan agama selain islam

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	0	0
3. S (Setuju)	7	13.0%
4. CS (Cukup Setuju)	19	35.2%
5. SS (Sangat Setuju)	28	51.9%
Total	54	100%

Dalam tabel tersebut menjelaskan, dari 54 (100%) responden menyatakan bahwa ada 9 (16.7%) responden yang menyatakan Setuju. Ada pula 16 (29.6%) responden yang menyatakan Cukup Setuju sedangkan yang menyatakan sangat Setuju ada 29 (53.7%) responden. Dari tabel tersebut bisa diartikan bahwa Fans Of Rhoma Irama (FORSA) Kedaung, Tangerang Selatan setuju bahwa sya'ir lagu dakwah H. Rhoma Irama tidak sama sekali menjelek-jelekan agama selain islam.

Hasil tanggapan responden melalui kuesioner kemudian dikelompokkan dan diolah untuk menemukan perolehan total skor terhadap konsep yang akan diukur. Nilai rata-rata dari perolehan skor

responden akan dikelompokkan kedalam kategori sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju, cukup setuju, sangat setuju. dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Skala penilaian} &= \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{Banyaknya kategori}} \\ &= \frac{5 - 1}{4} \\ &= 1 \end{aligned}$$

Hasil dari perhitungan di atas adalah 1 sehingga dapat dikategorikan penilaian sebagai berikut:

Tabel 4.50
Kategori Penelitian

Skor	Kategori
0.01 – 1.00	Sangat Tidak Setuju
1.00 – 2.00	Tidak setuju
2.01 – 3.00	Cukup Setuju
3.01 – 4.00	Setuju
4.01 – 5.00	Sangat setuju

Sumber : Data primer diolah, 2016.

Mengacu pada kategori diatas maka distribusi hasil perhitungan secara keseluruhan persepsi responden terhadap Efektifitas musik sebagai media dakwah pada setiap dimensi menghasilkan nilai rata – rata (mean) sebagai berikut :

Tabel 4.51
Tanggapan responden pada seluruh dimensi.

No	Dimensi	Mean	%	Kategori
1	Dimensi Materi dakwah dalam lagu	3.703	37%	S
2	Dimensi penyampaian lagu sebagai media dakwah	3.403	34%	S
Total		7.106	71%	
Mean		3,553	35%	S

Tabel di atas menunjukkan distribusi frekuensi untuk pengkategorian data persepsi Fans Of Rhoma Irama terhadap Efektifitas music sebagai media dakwah dalam dimensi materi dakwah dalam lagu sebesar 3.703 dan dimensi penyampaian lagu sebagai media dakwah sebesar 3.403.

3. Deskripsi responden pada hasil penelitian, pada dimensi efektifitas lagu sebagai media dakwah.

Efektivitas dakwah adalah seruan yang mampu mengajak manusia untuk melaksanakan atau mengajarkan perintah Allah dengan sungguh-sungguh yang mempunyai hasil yang berdampak nilai guna dan hasil guna baik secara lahiriyah ataupun batiniah. Efektivitas dakwah dengan kata lain adalah seruan di jalan Allah yang berhasil, memiliki nilai manfaat dunia dan akhirat.

Agar proses komunikasi berjalan efektif adalah dengan memperhatikan faktor “persepsi”. Jika persepsi kita tidak akurat kita tidak mungkin bisa berkomunikasi secara efektif.

Berdasarkan analisis dari data, maka persepsi anggota FORSA terhadap efektivitas lagu H. Rhoma Irama adalah sebagai berikut:

- a. Membuat pendengar mendengarkan apayang kita katakan.

Tabel 4.52
Lagu-lagu H. Rhoma Irama banyak menyampaikan pesan tentang Aqidah

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	0	0
3. S (Setuju)	6	11.1%
4. CS (Cukup Setuju)	24	44.4%
5. SS (Sangat Setuju)	24	44.4%
Total	54	100%

Tabel 4.53
Lagu-lagu H. Rhoma Irama banyak menyampaikan pesan tentang Akhlak

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	0	0
3. S (Setuju)	5	9.3%
4. CS (Cukup Setuju)	27	50%
5. SS (Sangat Setuju)	22	40,7%
Total	54	100%

Tabel. 4.54
Lagu H. Rhoma Irama memberikan pemahaman perbedaan antara ibadah, syariat, dan akhlak

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	2	3.7%
3. S (Setuju)	11	20.4%
4. CS (Cukup Setuju)	26	48.1%
5. SS (Sangat Setuju)	15	27.8%
Total	54	100%

Tabel 4.55
Saya senang mendengarkan dakwah dari lagu H. Rhoma Irama

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	1	1.9%
2. TS (Tidak Setuju)	3	5.6%
3. S (Setuju)	13	24.1%
4. CS (Cukup Setuju)	16	29.6%
5. SS (Sangat Setuju)	21	38.9%
Total	54	100%

Tabel 4.56
Irama lagu H. Rhoma Irama enak didengar dan tidak mengganggu pendengar dalam meresap pesan dakwah

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	0	0
3. S (Setuju)	9	16.7%
4. CS (Cukup Setuju)	22	40.7%
5. SS (Sangat Setuju)	23	42.6%
Total	54	100%

Tabel 4.57
Saya senang mendengar dakwah dari lagu H. Rhoma Irama karena banyak teman saya yang mendengarnya

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	2	3.7%
2. TS (Tidak Setuju)	8	14.8%
3. S (Setuju)	11	20.4%
4. CS (Cukup Setuju)	19	35.2%
5. SS (Sangat Setuju)	14	25.9%
Total	54	100%

Tabel 4.58
Saya tertarik mendengar lagu H. Rhoma Irama karena syairnya sangat familiar dan mudah diterima serta nada lagunya enak didengar

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	2	3.7%
3. S (Setuju)	8	14.8%
4. CS (Cukup Setuju)	23	42.6%
5. SS (Sangat Setuju)	21	38.9%
Total	54	100%

Tabel 4.59
Saya senang mendengar dakwah dari lagu H. Rhoma Irama karena dakwahnya tidak menggurui

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	0	0
3. S (Setuju)	9	16.7%
4. CS (Cukup Setuju)	25	46.3%
5. SS (Sangat Setuju)	20	37.0%
Total	54	100%

- b. Membuat pendengar memahami apa yang merekadengar atau lihat.

Tabel 4.60

Materi lagu H. Rhoma Irama mengandung pesan untuk lebih mendekatkan diri kepada sang pencipta, Allah SWT.

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	0	0
3. S (Setuju)	11	20.4%
4. CS (Cukup Setuju)	21	38.9%
5. SS (Sangat Setuju)	22	40.7%
Total	54	100%

Tabel 4.61

Materi lagu H. Rhoma Irama mengingatkan kepada kebaikan dan keutamaan menjaga akhlak.

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	2	3.7%
3. S (Setuju)	4	7.4%
4. CS (Cukup Setuju)	23	42.6%
5. SS (Sangat Setuju)	25	46.3%
Total	54	100%

Tabel 4.62

Materi lagu H. Rhoma Irama mengungkap perihal syari'at islam

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	2	3.7%
3. S (Setuju)	12	22.2%
4. CS (Cukup Setuju)	18	33.3%
5. SS (Sangat Setuju)	22	40.7%
Total	54	100%

- c. Membuat pendengar menyetujui apa yang telah mereka dengar(atau tidak menyetujui apa yang kitakatakan, tetapi dengan pemahaman yang benar).

Tabel 4.63
Lagu H. Rhoma Irama mengingatkan agar senantiasa melakukan amar Ma'ruf nahi Munkar

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	1	1.9%
2. TS (Tidak Setuju)	1	1.9%
3. S (Setuju)	9	16.7%
4. CS (Cukup Setuju)	24	44.4%
5. SS (Sangat Setuju)	19	35.2%
Total	54	100%

Tabel 4.64
Lagu H. Rhoma Irama menyadarkan akan pentingnya hablum minallah dan hablum minannas

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	0	0
3. S (Setuju)	7	13%
4. CS (Cukup Setuju)	27	50%
5. SS (Sangat Setuju)	20	37%
Total	54	100%

Tabel 4.65
Lagu H. Rhoma Irama menyeru manusia berfikir tentang kejadian dan aturan alam untuk mengenali Allah SWT

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	0	0
3. S (Setuju)	10	18.5%
4. CS (Cukup Setuju)	27	50%
5. SS (Sangat Setuju)	17	31.5%
Total	54	100%

Tabel 4.66

Lagu H. Rhoma Irama mengingatkan kita untuk selalu bersabar, menjadi hamba yang tabah dan bersangka baik dengan Allah SWT

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	0	0
3. S (Setuju)	6	11.1%
4. CS (Cukup Setuju)	27	50.0%
5. SS (Sangat Setuju)	21	38.9%
Total	54	100%

Tabel 4.67

Pesan dakwah dari lagu H. Rhoma Irama mengingatkan saya supaya lebih banyak berdoa dan berharap supaya kehidupan saya diberkati

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	1	1.9%
3. S (Setuju)	10	18.5%
4. CS (Cukup Setuju)	23	42.6%
5. SS (Sangat Setuju)	20	37.0%
Total	54	100%

Tabel 4.68

Lagu H. Rhoma Iramamengingatkan kita bahwa dunia ini hanyalah tempat pesinggahan sementara dan hanya amal yang menjadi bekal di akhirat

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	0	0
3. S (Setuju)	6	11.1%
4. CS (Cukup Setuju)	22	40.7%
5. SS (Sangat Setuju)	26	48.1%
Total	54	100%

Tabel 69

Mendengar dakwah dari lagu H. Rhoma Irama bisa memberi ketenangan

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	1	1.9%
3. S (Setuju)	15	27.8%
4. CS (Cukup Setuju)	26	48.1%
5. SS (Sangat Setuju)	12	22.2%
Total	54	100%

- d. Membuat pendengar mengambil tindakan yang sesuai dengan maksud kita dan bisa mereka terima.

Tabel 4.70
Saya menjadi lebih bersabardalam menjalani hidup setelah mendengar dakwah dari lagu H. Rhoma Irama

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	6	11.1%
3. S (Setuju)	21	38.9%
4. CS (Cukup Setuju)	17	31.5%
5. SS (Sangat Setuju)	10	18.5%
Total	54	100%

Tabel 4.71
Selepas mendengar lagu H. Rhoma Irama saya sering bermuhasabah dalam hati saya

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	6	11.1%
3. S (Setuju)	15	27.8%
4. CS (Cukup Setuju)	22	40.7%
5. SS (Sangat Setuju)	11	20.4%
Total	54	100%

Tabel 4.72
Setelah mendengar materi lagu H. Rhoma Irama saya jadi lebih percaya diri dalam menjalankan ibadah

Jawaban	Frequency	Percent
1. STS (Sangat Tidak Setuju)	0	0
2. TS (Tidak Setuju)	5	9.3%
3. S (Setuju)	19	35.2%
4. CS (Cukup Setuju)	19	35.2%
5. SS (Sangat Setuju)	11	20.4%
Total	54	100%

Berdasarkan analisis tersebut, maka sebagaimana disampaikan oleh Wahyu Ilahi, maka anggota FORSA memiliki persepsi bahwa dakwah

melalui lagu oleh H. Rhoma Irama adalah efektif.⁵ Hal itu ditunjukkan bahwa sesudah mereka mendengarkan lagu oleh H. Rhoma Irama, banyak perubahan terhadap perilaku mereka yang tadinya kurang mengenal ajaran agama, mereka menjadi umat yang rajin menjalankan ibadah dan menjauhi larangan-larangannya.

Tabel 4.73

Tanggapan responden pada seluruh dimensi.

No	Dimensi	Mean	%	Kategori
1	Dimensi Materi dakwah dalam lagu	3.703	37%	S
2	Dimensi penyampaian lagu sebagai media dakwah	3.403	34%	S
Total		7.106	71%	
Mean		3,553	35%	S

Berdasarkan data penelitian di atas menunjukkan bahwa responden sebagai pendengar setia lagu H. Rhoma Irama yang berjudul persepsi Fans Of Rhoma Irama dan Soneta terhadap efektifitas lagu sebagai media dakwah menaruh perhatian pada pesan-pesan berdasarkan kepentingan mereka disesuaikan dengan kepercayaan serta nilai-nilai sosial dan perbedaan perhatian, pada awalnya mereka hanya mendengar musik tersebut sebagai bagian dari kegemaran mereka terhadap musik-musik H. Rhoma Irama, tapi dengan adanya kebutuhan untuk lebih memahami aspek religi dengan lebih mendalam, yang merupakan efek dari lagu

⁵ Wahyu Ilahi, MA, *Komunikasi Dakwah* (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2010) h.158

tersebut, mereka mulai dengan lebih cermat menyimak pesan-pesan dalam syair lagu tersebut.

Hal itu terlihat dari persepsi mereka terhadap efektifitas music sebagai media dakwah menghasilkan skor total sejumlah 7.06 dengan mean sebesar 3.553 yang masuk dalam kategori setuju . Temuan tersebut menunjukkan bahwa persepsi Fans Of Rhoma Irama dan Soeneta terhadap musik sebagai media dakwah adalah efektif sebagai media dakwah.

Dengan demikian penggunaan lagu atau musik sebagai media untuk menyampaikan materi dakwah adalah tepat. Musik merupakan salah satu bentuk komunikasi melalui media massa baik media elektronik yang disiarkan melalui radio, Youtube dan lain-lain yang ditunjukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonym, mampu membentuk persepsi positif

Menurut Campbell, persepsi bisa dihasilkan melalui sebuah proses aktif dari dalam diri kita saat berupaya memilah, mengelompokkan serta memberikan makna pada setiap informasi yang kita terima.⁶Dalam konsep komunikasi persuasive dikenal adanya pendekatan berdasarkan diksi, yaitu menggunakan pilihan kata yang mudah diingat (memorable) oleh komunikan dengan tujuan membuat efek emosi positif atau negative. Pesan persuasi merupakan serangkaian pesan informasi (stimuli) yang masuk dan diterima oleh seseorang melalui pengaktifan proses psikologis

⁶ Campbell, S. W. (2007). Perceptions of Mobile Phone Use in Public Settings : A Cross-Cultural Comparison, *1*, 738–757

yang melibatkan tiga komponen sikap meliputi: kognitif, afektif dan konatif yang menciptakan perilaku seseorang tersebut.⁷

Rhoma Irama melalui penggunaan lagu-lagunya sebagai media dakwah, terbukti mampu mempengaruhi dan menyampaikan pengetahuan tentang materi dakwah yang mencakup Akidah, akhlak dan muamalah dan yang terpenting mampu mengubah sikap dan perilaku anggota Fans Of Rhoma Irama dan Soneta (FORSA) di kelurahan Kedaung, Tangerang Selatan, menjadi lebih beriman yang kemudian taat menjalankan perintah Allah SWT dan menjauhi semua larangannya.

Hal itu sekaligus juga membuktikan tentang teori ilmu komunikasi yang dikenal dengan teori jarum suntik (*Hypodermic Needle Theory*). Teori ini menganggap media massa memiliki kemampuan penuh dalam mempengaruhi seseorang. Media massa sangat perkasa dengan efek yang langsung pada masyarakat, dan inilah yang dirasakan oleh anggota FORSA, sehingga mereka memiliki persepsi yang sangat positif terhadap efektivitas musik sebagai media dakwah dari H. Rhoma Irama sebagai media dakwah.

⁷Cangara, Hafied. 2006, Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada., hal 167

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang persepsi fans Of Rhoma Irama dan Soneta terhadap efektifitas sebagai media dakwah dapat ditarik kesimpulan secara keseluruhan bahwa persepsi Fans Of Rhoma Irama dan Soeneta adalah positif dengan mean 3,553.

1. Hasil penelitian yang menunjukkan dari 54 (100%) responden pada variabel persepsi terhadap efektifitas musik sebagai media dakwah, pada dimensi materi dakwah dalam lagu, pada setiap indikatornya terdapat mean 3,703. Pada hasil tersebut dapat kita lihat bahwa tiap indikator dari dimensi materi dakwah dalam lagu masuk ke dalam kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa Fans Of Rhoma Irama dan Soneta (FORSA), Kelurahan Kedaung memiliki persepsi yang baik terhadap efektifitas musik H. Rhoma Irama sebagai media dakwah, karena sebagian besar persepsi FORSA kelurahan Kedaung masuk dalam kategori setuju.
2. Hasil penelitian yang menunjukkan dari 54 (100%) responden pada variabel persepsi terhadap efektifitas musik sebagai media dakwah, pada dimensi penyampaian materi melalui lagu sebagai media dakwah, pada setiap indikatornya terdapat 3,403. Pada hasil tersebut dapat kita lihat bahwa tiap indikator dari dimensi penyampaian materi melalui lagu sebagai media dakwah masuk ke dalam kategori setuju. Hal ini menunjukkan

bahwa Fans Of Rhoma Irama dan Soneta (FORSA), Kelurahan Kedaung memiliki persepsi yang baik terhadap efektivitas musik H. Rhoma Irama sebagai media dakwah, karena sebagian besar persepsi FORSA kelurahan Kedaung masuk dalam kategori setuju.

Temuan ini menunjukkan bahwa musik H. Rhoma Irama efektif sebagai media dakwah, terutama bagi para penggemar lagu dengan genre dangdut dan genre yang lainnya yang sering beliau bawa yang dinyanyikan H. Rhoma Irama.

B. Saran

Sebelum peneliti mengakhiri skripsi ini, kiranya perlu memandang untuk menyampaikan kritik dan saran yang berkenaan dengan penulisan skripsi ini.

1. Bagi para da'I perlu memerhatikan media yang digunakan pada saat menyampaikan pesan dakwah, karena media sangat berpengaruh sekali di zaman sekarang, seperti lewat musik, sosial media, dsb. Media tersebut dapat diterima oleh semua kalangan dan memudahkan para mad'u dalam mendengarkan dakwah kapanpun dan dimanapun mereka berada.
2. Penelitian ini memberikan informasi terkait persepsi Fans Of Rhoma Irama dan Soneta (FORSA) kelurahan kedaung terhadap efektivitas musik sebagai media dakwah. bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian serupa bisa ditambahkan dengan metode wawancara dan melihat persepsi FORSA di daerah lain agar lebih akurat hasilnya.

3. Penelitian ini terbatas pada bahasan secara deskriptif mengenai persepsi Fans Of Rhoma Irama dan Soneta tanpa melihat adanya faktor lain dalam penelitian ini yang mungkin penting dan terlewatkan, seperti faktor - faktor internal maupun eksternal yang dapat mempengaruhi proses timbulnya persepsi.
4. Penggunaan metode secara kuantitatif dengan variabel tunggal dirasa belum mampu menjelaskan secara detail. Pada penelitian berikutnya disarankan agar menggunakan metode kualitatif dengan teknik *deep interview*. Selain itu hasil penelitian ini juga dapat dijadikan pijakan bagi pengembangan penelitian selanjutnya dengan teori dan metode penelitian yang lainnya. Misalnya menggunakan teori uses and gratification, hypodermic needle dan metode yang digunakan dapat berupa analisis isi, studi korelasi, framing. Sehingga tidak stagnan dalam penelitian ini saja melainkan dapat dikembangkan dalam penelitian yang lebih kritis.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Al-Qardlawy, Yusuf. 2002. *Fiqh Musik dan Lagu: Perspektif Al-Quran dan As-Sunah*. Bandung : Mujahid Pers.
- Amin, Samsul Munir. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta : Sinar Grafika Offset.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Aziz, Jum'ah Amin Abdul. 1997. *Fiqh Dakwah*. Solo: Intermedia.
- Aziz, Moh. Ali. 2016. *Ilmu Dakwah*. Jakarta : PT Fajar Interpretama Mandiri.
- Basit, Abdul. 2013. *Filsafat Dakwah*. Jakarta : PT. Raja Grafindo.
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Daud, Marwah. *Dakwah Islam Di Era Informasi*. [www.Marwah Daud.com](http://www.MarwahDaud.com)
- Ensiklopedia Umum. 1973. Yogyakarta: Kanisus.
- Furqon. 2008. *Statistika Terapan untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Hamju, Atam. 1986. *Pengetahuan Seni Musik*. Jakarta: Mutiara Sumber Wijaya.
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Metodologi Penelitian Dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Hidayat. 1986. *Teori Efektifitas Dalam Kinerja Karyawan*. Yogyakarta : Gajah Mada University.
- Ilahi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Irwanti. 1989. *Psikologi Umum*. Jakarta: Gramedia.
- Kambali, Budiyo. 1998. *Rhoma Irama, Ensiklopedia Nasional Indonesia, Jilid VII*. Jakarta : PT. Pustaka.

- Komariah, Aan dan Cipi Triatna. 2005. *Visionary Leadership Menuju Sekolah yang Efektif*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Kurniawan, Deny. 2007. *Dakwah Melalui Musik “Analisis Wacana Lagu Karya Rhoma Irama”*. Skripsi S1 Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi. UIN Jakarta.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Antarpersonal*. Jakarta: Kencana.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Dan Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Liliweri, Alo. 2015. *Komunikasi Antarpersonal*. Jakarta : PT. Adhitya Andrebina Agung.
- Mulyana, Deddy. 2017. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyasa, E. 2002. *Manajemen Berbasis Sekolah*, Bandung : PT. Rosda Karya.
- Mulyasa, E. 2006. *Implementasi Kurikulum*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- Munir, Muhammad & Wahyu Ilahi. 2006. *Manajemen Dakwah*. Jakarta : Fajar Interpratama Offset.
- Sugiyono, 2015. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung : Alfabeta.
- R.H.A Soenarjo, 1971. *Al-Qur'an dan terjemahannya*, Jakarta: Yayasan penyelenggara penterjemah/pentafsiran Al-Qur'an.
- Rakhmat, Jalaludin. 2002. *Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi.
- Rakhmat, Jalaludin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Silalahi, Ulber. 2015. *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung : PT. Refika Aditama.
- Siregar, Sofyan. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual SPSS*. Jakarta : Permada Media.
- Siregar, Syofian. 2014. *Statistika Deskriptik Untuk Penelitian*. Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada.
- Sitompul, Binsar. 1984. *Musik dan Seni Suara*. Jakarta: Offset Bumirestu.
- Sobur, Alex. 2003. *Psikologi Umum*. Bandung: Pustaka Setia.

- Subagyo, Pangestu dan Djarwanto Ps. 2011. *Statistika Induktif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono.2014. *Metodologi Penelitian dan Pengembangan*.Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tim Penyusun Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, Kamsu Besar Bahasa Indonesia, cet 3. 2017. Jakarta: Balai Pustaka.
- Tim Pustaka Phoenix Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2008. Jakarta : PT Media Pustaka Phoenix.
- Umam,Khaerul. 2010. *Perilaku Organisasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Vrendenberg, J.1980. *Metode Teknik Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Walgito,Bimo. 1989. *Pengantar Psikologi Umum*. Surabaya : Bina Ilmu.
- Walgito,Bimo. 1991. *Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yusuf, A. Muri. 2014. *Metode Penelitian : Kualitatif, Kuantitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.

Website :

<http://qultummedia.com/info/senandung-Cahaya-Islam-Melalui-Pop-Religi.html>

Id.m.wikipedia.org “ Rhoma Irama-Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia Bebas” diakses pada, 4 Januari 2020, 9:19 WIB.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

OUTPUT VALIDITAS

Correlations

Correlations

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	14	13	12	15	16	17	18	19
1	Pearson Correlation	1	.760"	.712"	.629"	.630"	.699"	.588"	.446"	.666"	.513"	.582"	.528"	.429"	.466"	.360"	.431"	.339"	.393"	.437"
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.008	.001	.012	.003	.001
	N	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54
2	Pearson Correlation	.760"	1	.680"	.483"	.737"	.572"	.419"	.524"	.538"	.597"	.506"	.655"	.420"	.551"	.290"	.379"	.286"	.376"	.371"
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.033	.005	.036	.005	.006
	N	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54
3	Pearson Correlation	.712"	.680"	1	.722"	.711"	.723"	.764"	.603"	.656"	.639"	.641"	.747"	.468"	.579"	.383"	.367"	.380"	.277"	.491"
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.004	.006	.005	.042	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54
4	Pearson Correlation	.629"	.483"	.722"	1	.549"	.556"	.877"	.397"	.584"	.457"	.605"	.504"	.586"	.635"	.283"	.147"	.237"	.413"	.307"
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.003	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.038	.289	.085	.002	.024
	N	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54
5	Pearson Correlation	.630"	.737"	.711"	.549"	1	.774"	.512"	.597"	.571"	.610"	.599"	.827"	.590"	.692"	.371"	.322"	.363"	.421"	.381"
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.006	.018	.007	.002	.004
	N	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54
6	Pearson Correlation	.699"	.572"	.723"	.556"	.774"	1	.573"	.591"	.616"	.532"	.546"	.710"	.496"	.589"	.291"	.413"	.383"	.347"	.372"
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.033	.002	.004	.010	.006
	N	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54
7	Pearson Correlation	.588"	.419"	.764"	.877"	.512"	.573"	1	.476"	.657"	.382"	.473"	.592"	.417"	.448"	.323"	.289"	.257"	.300"	.328"
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.004	.000	.000	.002	.001	.017	.034	.061	.028	.015
	N	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54
8	Pearson Correlation	.446"	.524"	.603"	.397"	.597"	.591"	.476"	1	.694"	.488"	.467"	.659"	.513"	.462"	.358"	.510"	.336"	.152	.418"
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.003	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.008	.000	.013	.273	.002
	N	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54
9	Pearson Correlation	.666"	.538"	.656"	.584"	.571"	.616"	.657"	.694"	1	.535"	.546"	.680"	.541"	.450"	.400"	.496"	.375"	.274"	.344"
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.003	.000	.005	.045	.011
	N	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54
10	Pearson Correlation	.513"	.597"	.639"	.457"	.610"	.532"	.382"	.488"	.535"	1	.759"	.699"	.587"	.694"	.261	.200	.116	.230	.382"
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.004	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.056	.147	.405	.094	.004
	N	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54
11	Pearson Correlation	.582"	.506"	.641"	.605"	.599"	.546"	.473"	.467"	.546"	.759"	1	.599"	.575"	.565"	.281"	.257	.196	.301	.502"
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.039	.061	.155	.027	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54
14	Pearson Correlation	.528"	.655"	.747"	.504"	.827"	.710"	.592"	.659"	.680"	.699"	.599"	1	.463"	.589"	.320	.353"	.285	.262	.277"
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.018	.009	.037	.056	.042
	N	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54
13	Pearson Correlation	.429"	.420"	.468"	.586"	.590"	.496"	.417"	.513"	.541"	.587"	.575"	.463"	1	.716"	.232	.187	.346	.495"	.355"
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.091	.176	.010	.000	.008
	N	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54
12	Pearson Correlation	.466"	.551"	.579"	.635"	.692"	.589"	.448"	.462"	.450"	.694"	.565"	.589"	.716"	1	.110	-.003	.165	.315	.176
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.430	.985	.232	.020	.202
	N	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54
15	Pearson Correlation	.360"	.290"	.383"	.283"	.371"	.291"	.323"	.358"	.400"	.261	.281"	.320"	.232	.110	1	.638"	.591"	.529"	.587"
	Sig. (2-tailed)	.008	.033	.004	.038	.006	.033	.017	.008	.003	.056	.039	.018	.091	.430		.000	.000	.000	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54
16	Pearson Correlation	.431"	.379"	.367"	.147	.322"	.413"	.289"	.510"	.496"	.200	.257	.353"	.187	-.003	.638"	1	.757"	.469"	.667"
	Sig. (2-tailed)	.001	.005	.006	.289	.018	.002	.034	.000	.000	.147	.061	.009	.176	.985	.000		.000	.000	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54
17	Pearson Correlation	.339"	.286"	.380"	.237	.363"	.383"	.257	.336"	.375"	.116	.196	.285"	.346"	.165	.591"	.757"	1	.644"	.632"
	Sig. (2-tailed)	.012	.036	.005	.085	.007	.004	.061	.013	.005	.405	.155	.037	.010	.232	.000	.000		.000	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54
18	Pearson Correlation	.393"	.376"	.277"	.413"	.421"	.347"	.300"	.152	.274"	.230	.301"	.262	.495"	.315	.529"	.469"	.644"	1	.550"
	Sig. (2-tailed)	.003	.005	.042	.002	.002	.010	.028	.273	.045	.094	.027	.056	.000	.020	.000	.000	.000		.000
	N	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54
19	Pearson Correlation	.437"	.371"	.491"	.307	.381"	.372"	.328"	.418"	.344"	.382"	.502"	.277	.355"	.176	.587"	.667"	.632"	.550"	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.006	.000	.024	.004	.006	.015	.002	.011	.004	.000	.042	.008	.202	.000	.000	.000	.000	
	N	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54
20	Pearson Correlation	.292"	.279"	.474"	.256	.245	.349"	.353"	.389"	.381"	.185	.164	.312"	.201	.112	.504"	.601"	.586"	.346"	.597"
	Sig. (2-tailed)	.032	.041	.000	.062	.074	.010	.009	.004	.004	.181	.237	.022	.146	.419	.000	.000	.000	.010	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54
21	Pearson Correlation	.419"	.322"	.500"	.341"	.312"	.433"	.394"	.452"	.435"	.168	.241	.288"	.342"	.187	.546"	.639"	.621"	.389"	.599"
	Sig. (2-tailed)	.002	.018	.000	.012	.022	.001	.003	.001	.001	.225	.079	.035	.011	.175	.000	.000	.000	.004	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54	54

Correlations

		20	21	22	23	24	25	JUMLAH
1	Pearson Correlation	.292*	.419**	.452**	.475**	.381**	.276*	.721**
	Sig. (2-tailed)	.032	.002	.001	.000	.004	.043	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
2	Pearson Correlation	.279*	.322*	.485**	.543**	.416**	.390**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.041	.018	.000	.000	.002	.004	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
3	Pearson Correlation	.474**	.500**	.418**	.515**	.552**	.269*	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.000	.049	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
4	Pearson Correlation	.256	.341*	.368**	.511**	.665**	.356**	.637**
	Sig. (2-tailed)	.062	.012	.006	.000	.000	.008	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
5	Pearson Correlation	.245	.312*	.443**	.599**	.527**	.397**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.074	.022	.001	.000	.000	.003	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
6	Pearson Correlation	.349**	.433**	.306*	.492**	.416**	.290*	.702**
	Sig. (2-tailed)	.010	.001	.024	.000	.002	.033	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
7	Pearson Correlation	.353**	.394**	.316*	.391**	.572**	.244	.611**
	Sig. (2-tailed)	.009	.003	.020	.003	.000	.075	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
8	Pearson Correlation	.389**	.452**	.307*	.503**	.377**	.235	.683**
	Sig. (2-tailed)	.004	.001	.024	.000	.005	.087	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
9	Pearson Correlation	.381**	.435**	.378**	.409**	.404**	.199	.713**
	Sig. (2-tailed)	.004	.001	.005	.002	.002	.148	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
10	Pearson Correlation	.185	.168	.296*	.576**	.433**	.209	.603**
	Sig. (2-tailed)	.181	.225	.030	.000	.001	.130	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
11	Pearson Correlation	.164	.241	.394**	.604**	.506**	.266	.653**
	Sig. (2-tailed)	.237	.079	.003	.000	.000	.052	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
14	Pearson Correlation	.312*	.288*	.409**	.562**	.566**	.353**	.714**
	Sig. (2-tailed)	.022	.035	.002	.000	.000	.009	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
13	Pearson Correlation	.201	.342*	.436**	.575**	.573**	.271*	.675**
	Sig. (2-tailed)	.146	.011	.001	.000	.000	.048	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
12	Pearson Correlation	.112	.187	.281*	.529**	.605**	.281*	.577**
	Sig. (2-tailed)	.419	.175	.039	.000	.000	.039	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
15	Pearson Correlation	.504**	.546**	.291*	.134	.185	.300*	.591**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.033	.332	.180	.027	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
16	Pearson Correlation	.601**	.639**	.332*	.155	.061	.222	.632**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.014	.264	.660	.106	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
17	Pearson Correlation	.586**	.621**	.426**	.131	.216	.270*	.640**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.345	.117	.049	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
18	Pearson Correlation	.346*	.389**	.557**	.402**	.413**	.504**	.665**
	Sig. (2-tailed)	.010	.004	.000	.003	.002	.000	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54

19	Pearson Correlation	.597**	.599**	.451**	.420**	.221	.204	.675**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.002	.107	.138	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
20	Pearson Correlation	1	.841**	.484**	.214	.308*	.410**	.611**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.121	.024	.002	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
21	Pearson Correlation	.841**	1	.563**	.265	.345*	.476**	.695**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.053	.011	.000	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
22	Pearson Correlation	.484**	.563**	1	.684**	.686**	.653**	.710**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
23	Pearson Correlation	.214	.265	.684**	1	.727**	.569**	.666**
	Sig. (2-tailed)	.121	.053	.000		.000	.000	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
24	Pearson Correlation	.308*	.345*	.686**	.727**	1	.566**	.631**
	Sig. (2-tailed)	.024	.011	.000	.000		.000	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
25	Pearson Correlation	.410**	.476**	.653**	.569**	.566**	1	.597**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000		.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
Jumlah	Pearson Correlation	.611**	.695**	.710**	.666**	.631**	.597**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	54	54	54	54	54	54	54

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

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

OUTPUT RELIABILITAS

Reliability

Notes

Output Created		25-NOV-2020 16:29:20
Comments		
Input	Data	C:\Users\ahmad\Documents\piyeng nitip\uji validitas.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	54
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=ITEM1 ITEM2 ITEM3 ITEM4 ITEM5 ITEM6 ITEM7 ITEM8 ITEM9 ITEM10 ITEM11 ITEM12 ITEM13 ITEM14 ITEM15 ITEM16 ITEM17 ITEM18 ITEM19 ITEM20 ITEM21 ITEM22 ITEM23 ITEM24 ITEM25 ITEM26 ITEM27 ITEM28 ITEM29 ITEM30 ITEM31 ITEM32 ITEM33 ITEM34 ITEM35 ITEM36 ITEM37 ITEM38 ITEM39 ITEM40 ITEM41 ITEM42 ITEM43 ITEM44 ITEM45 ITEM46 ITEM47 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,03

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	54	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	54	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.972	47

OUTPUT STATISTIKA DESKRIPTIF

Frequencies

Notes

Output Created		04-DEC-2020 16:37:36
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	54
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=VAR00001 VAR00002 VAR00003 VAR00004 VAR00005 VAR00006 VAR00007 VAR00008 VAR00009 VAR00010 VAR00011 VAR00012 VAR00013 VAR00014 VAR00015 VAR00016 VAR00017 VAR00018 VAR00019 VAR00020 VAR00021 VAR00022 VAR00023 VAR00024 VAR00025 VAR00026 VAR00027 VAR00028 VAR00029 VAR00030 VAR00031 VAR00032 VAR00033 VAR00034 VAR00035 VAR00036 VAR00037 VAR00038 VAR00039 VAR00040 VAR00041 VAR00042 VAR00043 VAR00044 VAR00045 VAR00046 VAR00047 /STATISTICS=STDDEV VARIANCE RANGE MINIMUM MAXIMUM SEMEAN MEAN MEDIAN SUM SKEWNESS SESKEW KURTOSIS SEKURT /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00,03
	Elapsed Time	00:00:00,03

Statistics

		VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006
N	Valid	54	54	54	54	54	54
	Missing	0	0	0	0	0	0

Statistics

		VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012
N	Valid	54	54	54	54	54	54
	Missing	0	0	0	0	0	0

Statistics

		VAR00013	VAR00014	VAR00015	VAR00016	VAR00017	VAR00018
N	Valid	54	54	54	54	54	54
	Missing	0	0	0	0	0	0

Statistics

		VAR00019	VAR00020	VAR00021	VAR00022	VAR00023	VAR00024
N	Valid	54	54	54	54	54	54
	Missing	0	0	0	0	0	0

Statistics

		VAR00025	VAR00026	VAR00027	VAR00028	VAR00029	VAR00030
N	Valid	54	54	54	54	54	54
	Missing	0	0	0	0	0	0

Statistics

		VAR00031	VAR00032	VAR00033	VAR00034	VAR00035	VAR00036
N	Valid	54	54	54	54	54	54
	Missing	0	0	0	0	0	0

Statistics

		VAR00037	VAR00038	VAR00039	VAR00040	VAR00041	VAR00042
N	Valid	54	54	54	54	54	54
	Missing	0	0	0	0	0	0

Statistics

		VAR00043	VAR00044	VAR00045	VAR00046	VAR00047
N	Valid	54	54	54	54	54
	Missing	0	0	0	0	0

Frequency Table

VAR00001

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	11.1	11.1	11.1
	4	24	44.4	44.4	55.6
	5	24	44.4	44.4	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00002

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	5	9.3	9.3	9.3
	4	27	50.0	50.0	59.3
	5	22	40.7	40.7	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00003

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	11	20.4	20.4	20.4
	4	21	38.9	38.9	59.3
	5	22	40.7	40.7	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00004

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	3.7	3.7	3.7
	3	4	7.4	7.4	11.1
	4	23	42.6	42.6	53.7
	5	25	46.3	46.3	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00005

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	3.7	3.7	3.7
	3	11	20.4	20.4	24.1
	4	26	48.1	48.1	72.2
	5	15	27.8	27.8	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00006

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	3.7	3.7	3.7
	3	12	22.2	22.2	25.9
	4	18	33.3	33.3	59.3
	5	22	40.7	40.7	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00007

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.9	1.9	1.9
	2	1	1.9	1.9	3.7
	3	9	16.7	16.7	20.4
	4	24	44.4	44.4	64.8
	5	19	35.2	35.2	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00008

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	7	13.0	13.0	13.0
	4	27	50.0	50.0	63.0
	5	20	37.0	37.0	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00009

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	10	18.5	18.5	18.5
	4	27	50.0	50.0	68.5
	5	17	31.5	31.5	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00010

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	11.1	11.1	11.1
	4	27	50.0	50.0	61.1
	5	21	38.9	38.9	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00011

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.9	1.9	1.9
	3	10	18.5	18.5	20.4
	4	23	42.6	42.6	63.0
	5	20	37.0	37.0	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00012

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	11.1	11.1	11.1
	4	22	40.7	40.7	51.9
	5	26	48.1	48.1	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00013

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.9	1.9	1.9
	3	6	11.1	11.1	13.0
	4	27	50.0	50.0	63.0
	5	20	37.0	37.0	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00014

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	7	13.0	13.0	13.0
	4	29	53.7	53.7	66.7
	5	18	33.3	33.3	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00015

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.9	1.9	1.9
	3	9	16.7	16.7	18.5
	4	22	40.7	40.7	59.3
	5	22	40.7	40.7	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00016

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	11.1	11.1	11.1
	4	23	42.6	42.6	53.7
	5	25	46.3	46.3	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00017

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	8	14.8	14.8	14.8
	4	27	50.0	50.0	64.8
	5	19	35.2	35.2	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00018

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	3.7	3.7	3.7
	3	12	22.2	22.2	25.9
	4	20	37.0	37.0	63.0
	5	20	37.0	37.0	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00019

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	7.4	7.4	7.4
	3	13	24.1	24.1	31.5
	4	16	29.6	29.6	61.1
	5	21	38.9	38.9	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00020

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	8	14.8	14.8	14.8
	4	19	35.2	35.2	50.0
	5	27	50.0	50.0	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00021

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	3.7	3.7	3.7
	3	7	13.0	13.0	16.7
	4	23	42.6	42.6	59.3
	5	22	40.7	40.7	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00022

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.9	1.9	1.9
	3	8	14.8	14.8	16.7
	4	23	42.6	42.6	59.3
	5	22	40.7	40.7	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00023

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.9	1.9	1.9
	2	3	5.6	5.6	7.4
	3	13	24.1	24.1	31.5
	4	16	29.6	29.6	61.1
	5	21	38.9	38.9	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00024

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.9	1.9	1.9
	2	2	3.7	3.7	5.6
	3	12	22.2	22.2	27.8
	4	25	46.3	46.3	74.1
	5	14	25.9	25.9	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00025

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	9	16.7	16.7	16.7
	4	22	40.7	40.7	57.4
	5	23	42.6	42.6	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00026

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	3.7	3.7	3.7
	2	8	14.8	14.8	18.5
	3	11	20.4	20.4	38.9
	4	19	35.2	35.2	74.1
	5	14	25.9	25.9	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00027

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	3.7	3.7	3.7
	3	8	14.8	14.8	18.5
	4	23	42.6	42.6	61.1
	5	21	38.9	38.9	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00028

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	9	16.7	16.7	16.7
	4	25	46.3	46.3	63.0
	5	20	37.0	37.0	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00029

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	11.1	11.1	11.1
	4	24	44.4	44.4	55.6
	5	24	44.4	44.4	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00030

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	3.7	3.7	3.7
	3	9	16.7	16.7	20.4
	4	25	46.3	46.3	66.7
	5	18	33.3	33.3	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00031

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	3.7	3.7	3.7
	3	10	18.5	18.5	22.2
	4	23	42.6	42.6	64.8
	5	19	35.2	35.2	100.0
Total		54	100.0	100.0	

VAR00032

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.9	1.9	1.9
	3	15	27.8	27.8	29.6
	4	26	48.1	48.1	77.8
	5	12	22.2	22.2	100.0
Total		54	100.0	100.0	

VAR00033

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	11.1	11.1	11.1
	3	21	38.9	38.9	50.0
	4	17	31.5	31.5	81.5
	5	10	18.5	18.5	100.0
Total		54	100.0	100.0	

VAR00034

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	11.1	11.1	11.1
	3	15	27.8	27.8	38.9
	4	22	40.7	40.7	79.6
	5	11	20.4	20.4	100.0
Total		54	100.0	100.0	

VAR00035

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	9.3	9.3	9.3
	3	19	35.2	35.2	44.4
	4	19	35.2	35.2	79.6
	5	11	20.4	20.4	100.0
Total		54	100.0	100.0	

VAR00036

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	9.3	9.3	9.3
	3	14	25.9	25.9	35.2
	4	22	40.7	40.7	75.9
	5	13	24.1	24.1	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00037

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	5.6	5.6	5.6
	2	7	13.0	13.0	18.5
	3	12	22.2	22.2	40.7
	4	20	37.0	37.0	77.8
	5	12	22.2	22.2	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00038

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	9.3	9.3	9.3
	2	14	25.9	25.9	35.2
	3	14	25.9	25.9	61.1
	4	15	27.8	27.8	88.9
	5	6	11.1	11.1	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00039

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.9	1.9	1.9
	2	15	27.8	27.8	29.6
	3	9	16.7	16.7	46.3
	4	21	38.9	38.9	85.2
	5	8	14.8	14.8	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00040

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	9.3	9.3	9.3
	3	17	31.5	31.5	40.7
	4	18	33.3	33.3	74.1
	5	14	25.9	25.9	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00041

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	5.6	5.6	5.6
	2	9	16.7	16.7	22.2
	3	16	29.6	29.6	51.9
	4	14	25.9	25.9	77.8
	5	12	22.2	22.2	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00042

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	9.3	9.3	9.3
	3	8	14.8	14.8	24.1
	4	20	37.0	37.0	61.1
	5	21	38.9	38.9	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00043

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	11.1	11.1	11.1
	3	7	13.0	13.0	24.1
	4	21	38.9	38.9	63.0
	5	20	37.0	37.0	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00044

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	10	18.5	18.5	18.5
	4	22	40.7	40.7	59.3
	5	22	40.7	40.7	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00045

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.9	1.9	1.9
	3	10	18.5	18.5	20.4
	4	23	42.6	42.6	63.0
	5	20	37.0	37.0	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00046

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	9	16.7	16.7	16.7
	4	16	29.6	29.6	46.3
	5	29	53.7	53.7	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

VAR00047

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	7	13.0	13.0	13.0
	4	19	35.2	35.2	48.1
	5	28	51.9	51.9	100.0
	Total	54	100.0	100.0	

TABULASI

Umur	Jenis Kelamin	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	JUMLAH					
22	Perempuan	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	231				
27	Laki-Laki	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	171					
22	Laki-Laki	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	217				
23	Laki-Laki	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	195		
25	Laki-Laki	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	213			
27	Laki-Laki	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	201			
21	Laki-Laki	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	210			
23	Laki-Laki	5	5	3	2	4	5	1	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	1	2	3	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	3	4	2	3	2	3	2	3	3	4	4	3	4	4	172			
22	Perempuan	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	169			
22	Laki-Laki	3	5	4	2	4	3	2	4	3	4	3	3	2	5	3	4	3	5	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	3	3	4	5	4	4	3	3	5	4	4	3	3	5	5	5	175			
22	Laki-Laki	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	196			
20	Perempuan	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	216		
22	Perempuan	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	2	4	5	4	3	5	3	5	5	4	4	5	4	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	204		
28	Laki-Laki	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	5	4	3	3	3	3	5	4	3	3	5	4	3	5	165		
22	Perempuan	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	2	5	5	5	5	5	5	4	3	2	4	2	2	1	3	4	1	3	3	5	5	5	5	5	199	
22	Perempuan	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	3	5	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	194	
22	Perempuan	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	3	5	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	194		
30	Laki-Laki	3	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	182		
36	Perempuan	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	5	5	5	5	4	5	4	4	182	
53	Laki-Laki	5	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	5	4	3	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	3	4	5	3	4	3	3	3	2	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	192		
36	Perempuan	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	5	5	5	4	5	4	4	182	
32	Perempuan	5	5	3	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	3	4	3	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	5	2	2	5	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	185	
22	Laki-Laki	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	188		
18	Laki-Laki	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	1	2	3	2	2	3	4	4	4	3	181
31	Perempuan	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	3	3	5	4	4	2	2	3	3	5	5	3	4	4	4	5	5	4	5	5	195		
34	Laki-Laki	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	3	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	222		
31	Perempuan	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	4	4	3	3	5	5	4	5	4	3	4	3	3	4	2	2	3	1	4	4	4	4	4	5	5	5	5	194	

KUISIONER

PERSEPSI FANS OF RHOMA IRAMA DAN SONETA

9. Lagu H. Rhoma Irama menyeru manusia berfikir tentang kejadian dan aturan alam untuk mengenali Allah. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

10. Lagu H. Rhoma Irama mengingatkan kita untuk selalu bersabar, menjadi hamba yang tabah dan bersangka baik dengan Allah *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

11. Pesan dakwah dari Lagu H. Rhoma Irama mengingatkan saya supaya lebih banyak berdoa dan berharap supaya kehidupan saya diberkati *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

5. Lagu H. Rhoma Irama memberikan pemahaman perbedaan antara ibadah, syariat, dan akhlak *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Bagian 2 dari 3

Persepsi Fans Of Rhoma Irama

Pertanyaan dibawah ini untuk variabel Persepsi meliputi dimensi : Kognitif, Afektif, Konatif/ Psikomotorik.
Petunjuk Pengisian
Angka 1 : Sangat Tidak Setuju
Angka 2 : Tidak Setuju
Angka 3 : Cukup Setuju
Angka 4 : Setuju
Angka 5 : Sangat Setuju

1. Lagu H. Rhoma Irama banyak menyampaikan pesan tentang aqidah *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

2. Lagu H. Rhoma Irama banyak menyampaikan pesan tentang akhlak *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

6. Materi pada lagu H. Rhoma Irama mengungkap perihal syari'at Islam *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

7. lagu H. Rhoma Irama mengingatkan agar senantiasa melakukan amar ma'ruf nahi munkar *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

8. lagu H. Rhoma Irama menyadarkan akan pentingnya hablum minallah dan hablum minannas. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

12. Lagu H. Rhoma Irama mengingatkan kita *
bahwa dunia ini hanyalah tempat persinggahan
sementara dan hanya amal yang menjadi
bekalan di akhirat

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

13. Syair dalam lagu H. Rhoma Irama membuka *
kesadaran akan pentingnya menjaga amalan
dan ibadah

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

14. Lagu H. Rhoma Irama banyak *
menyampaikan pesan tentang syari'ah

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

18. Lagu H. Rhoma Irama mengingatkan kami *
pentingnya awali kehidupan seharian dengan
Bismillah

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

19. Lagu H. Rhoma Irama mengingatkan saya *
untuk menunaikan ibadah Shalat fardu tepat
waktu.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

20. Syair lagu H. Rhoma Irama menyadarkan *
saya betapa pentingnya melakukan amalan
untuk kedua orang tua

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

15. Materi lagu H. Rhoma Irama berkaitan *
dengan fenomena sosial di masyarakat saat ini

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

16. Lagu H. Rhoma Irama mengajak kita untuk *
menghindari dendam dan permusuhan dan
untuk menjadi pema'af

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

17. Lagu H. Rhoma Irama menyadarkan saya *
bahwa Islam itu berkaitan dengan seluruh
perkara dalam kehidupan termasuk
perdagangan dan hubungan antara manusia

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

21. Lagu H. Rhoma Irama mengajak manusia *
untuk banyak bersedekah

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

22. Materi dalam syair lagu H. Rhoma Irama *
menyadarkan saya agar senantiasa menjaga
tutur kata dan tingkah laku sehari-hari

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Setelah
bagian Lanjutkan ke bagian berikut
2

Efektivitas Musik H. Rhoma Irama Sebagai Media Dakwah

Pertanyaan dibawah ini untuk variabel Efektivitas meliputi dimensi : Persuasif dan informatif, tak terhalang waktu dan tempat, menyampaikan kebenaran. Petunjuk Pengisian
Angka 1 : Sangat Tidak Setuju
Angka 2 : Tidak Setuju
Angka 3 : Cukup Setuju
Angka 4 : Setuju
Angka 5 : Sangat Setuju

1. Saya senang mendengar dakwah dari Lagu H. Rhoma Irama *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

2. Dakwah melalui musik tidak terikat dengan genre musik tertentu *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

6. Saya senang mendengar dakwah dari Lagu H. Rhoma Irama karena dakwahnya tidak menggurui. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

7. Lagu H. Rhoma Irama mengandung materi-materi dakwah yang baik *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

8. Dakwah melalui Lagu H. Rhoma Irama mampu memberi kesan kepada emosi pendengar *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

3. Irama Lagu H. Rhoma Irama enak didengar dan tidak mengganggu pendengar dalam meresap pesan dakwah *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

4. Saya senang mendengar dakwah dari Lagu H. Rhoma Irama karena banyak teman saya yang mendengarnya *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

5. Saya tertarik mendengar lagu H. Rhoma Irama karena syairnya sangat familiar dan mudah diterima serta nada lagunya enak didengar *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

9. Saya mencoba mengikuti nasihat yang terkandung di dalam lirik Lagu H. Rhoma Irama *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

10. Mendengar dakwah dari Lagu H. Rhoma Irama bisa memberi ketenangan. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

11. Saya menjadi lebih bersabar dalam menjalani hidup setelah mendengar dakwah dari Lagu H. Rhoma Irama. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

12. Selepas mendengar Lagu H. Rhoma Irama, saya sering bermuhasabah dalam hati saya. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

13. Setelah mendengar Materi lagu H. Rhoma Irama saya jadi lebih percaya diri dalam menjalankan ibadah. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

14. Saya mendengarkan lagu H. Rhoma Irama di saat waktu kosong *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

15. saya mendengarkan lagu H. Rhoma Irama Saat beliau Konser di Televisi. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

16. Saya medengarkan lagu H. Rhoma Irama di pagi hari sebelum menjalankan aktivitas *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

17. Saya mendengarkan lagu H. Rhoma Irama berulang-ulang kali *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

18. Saya mendengarkan lagu H. Rhoma Irama di rumah. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

19. Saya mendengarkan lagu H. Rhoma Irama di mobil. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

20. Dakwah H. Rhoma Irama melalui Musik dapat saya dengarkan kapanpun dan dimanapun saya mau. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

21. Kita dapat membedakan Lagu H. Rhoma Irama dengan lagu yang lain dengan mudah karena Lagu H. Rhoma Irama mempunyai nasihat yang baik pada liriknya *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

22. H. Rhoma Irama menyeru kepada kita lewat lagunya supaya kita selalu muhasabah keadaan hati *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

23. Lagu H. Rhoma Irama mengingatkan kita supaya tidak mendekati kepada maksiat, minuman keras serta narkotika. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

24. Sya'ir lagu dakwah H. Rhoma Irama sesuai dengan apa yang sudah diajarkan di dalam syari'at islam *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

25. Sya'ir lagu H. Rhoma Irama tidak menjelek-jelekan agama selain islam. *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Tabel r Validitas

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527

Tabel r Reliabilitas

N	Taraf Signif		N	Taraf Signif		N	Taraf Signif	
	5%	10%		5%	10%		5%	10%
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	300	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

DOKUMENTASI



SURAT BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA FAKULTAS AGAMA ISLAM

STATUS : BERAKREDITASI

Kampus FAI-UMJ, Jln. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan
Telepon/Fax (021) 7441887, Homepage : <http://fai.umj.ac.id/>
E-mail : faiumj@gmail.com. Kode Pos 15419

Nomor : 141 /F.6-UMJ/X/2019
Lamp : 1 (satu) bundel
Hal : Bimbingan Skripsi Mahasiswa

Jakarta, 31 Rabiul Awal 1441 H
31 Oktober 2019 M

Yth.
Bapak Dr. Hardjito, M.Si.
Dosen Pembimbing Skripsi
Fakultas Agama Islam UMJ
di
tempat

Assalamu'alaikum W.W.

Pimpinan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta mengharapkan kesediaan Bapak untuk menjadi pembimbing penulisan skripsi bagi mahasiswa :

Nama : NOVIA HIDAYANTI
Nomor Pokok : 2016530007
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Jenjang : Strata Satu (S1)
Judul : *Efektifitas Dakwah melalui Musik (Studi Kasus Lagu Mirasantika Oleh H. Rhoma Irama pada Remaja Kelurahan Kuningan Timur RW 03*

Bersama ini dilampirkan proposal penulisan skripsi yang masih bersifat sementara dan perlu penyempurnaan. Kami mengharapkan agar proses bimbingan dapat diselesaikan paling lama 6 (enam) bulan.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik Bapak kami ucapkan terimakasih.

*Wabillahit Taufiq Walhidayah
Wassalamu'alaikum W.W.*



Tembusan:

1. Yth. Dekan (Sebagai Laporan)
2. Yth. Ketua Program Studi KPI
3. Arsip

SURAT PENELITIAN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

STATUS : BERAKREDITASI

Kampus FAI-UMJ, Jln. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan
 Telepon/Fax (021) 7441887, Homepage : <http://fai.umj.ac.id/>
 E-mail : faiumj@gmail.com. Kode Pos 15419

Nomor : ³⁶/F.6.I-UMJ/II/2020
 Hal : **Permohonan Riset/Penelitian**

Jakarta 24 Jumadits Tsani 1441 H
 18 Februari 2020 M

Kepada Yth.
 Ketua Forsa Tangerang Selatan
 Jl. Vila Mutiara, Ciputat, Jombang, Tangerang Selatan

Assalamu'alaikum W. W.

Pimpinan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu agar mahasiswa kami:

Nama : NOVIA HIDAYANTI
 Nomor Pokok : 2016530007
 Tempat Tgl/Lahir : Jakarta, 5 November 1998
 Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
 Jenjang : Strata Satu (SI)
 No. HP : 0895372276990

diperkenankan untuk melaksanakan riset/penelitian di tempat yang Bapak/Ibu pimpin. Penelitian/riset tersebut untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi yang berjudul:

"Efektifitas Musik oleh H. Rhoma Irama sebagai Media Dakwah (Studi Kasus pada Penggemar H. Rhoma Irama / Forsa Kelurahan Kedaung, Tangerang Selatan)"

Demikian, atas perhatian dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu kami mengucapkan terimakasih.

*Wabillahirtaufiq walhidayah
 Wassalamu'alaikum W. W.*

a.n. Dekan,
 Wakil Dekan I,

 Drs. Tajudin, M.A.

Tembusan:
 1. Yth. Dekan (Sebagai Laporan)

LEMBAR KONSULTASI PENULISAN SKRIPSI











UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

 Kampus UMJ Jl. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan
 Telp. (021) 7441887, Fax. : (021) 74709269 Kode Pos 15419

LEMBAR KONSULTASI PENULISAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : NOVIA HIDAYANTI
 No. Pokok : 2016530007
 Judul Skripsi : *Efektifitas Dakwah melalui Musik (Studi Kasus Lagu Mirassantika Oleh H. Rhoma Irama pada Remaja Kelurahan Kuningan Timur RW 03*
 Pembimbing : Bapak Dr. Hardjito, M.Si.
 Tgl. Berakhir : 31 Oktober 2019 s.d. 30 April 2020

No.	Tanggal	Topik Permasalahan	Saran-saran	Paraf Pembimbing
1.	26/11-19	Diskusi Umum	kelepi masalah penelitian	f
2.	17/12-19	Judul penelitian	Ditentukan dgn kata kunci penelitian	f
3.	23/12-19	fokus penelitian	observasi	f
4.	13/1-20	"	"	f
5.	18/2-20	fokus II	observasi dan penelitian	f
6.	21/7/2020	Perbaikan BAB I	merambatkan dan memperbaiki identifikasi masalah	f
7.	4/8/2020	Mengganti Judul Penelitian	Judul diganti menjadi "Pengaruh Fans of Rhoma Irama dan Sorotan (Forsa) terhadap Efektifitas Musik sebagai media dakwah (Studi kasus pada Forsa Kedung. Tangerang Selatan)"	f
8.	6/9/2020	Merambatkan Teori di BAB 2	merambatkan teori tentang materi dakwah baru seperti (adab, akhlak, iman, dsb) karena materi tsb untuk ukuran instrumen	f
9.	17/9/2020	Perbaikan BAB I-3	memperbaiki dari Bab 1-3 agar lebih jelas dalam mengambil kesimpulan nanti di BAB 5	f
10.	24/9/2020	Kisi-kisi instrumen	Membuat kisi-kisi instrumen, yang akan digunakan acuan untuk pembuatan instrumen	f
11.	26/9/2020	sebar kuisioner	pembuatan google form serta menghitung validitas dan reliabilitas melalui SPSS.	f
12.	29/11/2020	Hasil validitas	menginterpretasikan hasil hitungan	f

No.	Tanggal	Topik Permasalahan	Saran-saran	Paraf Pembimbing
13.	3/12/2020	Hipotesis dan Bab 4	Mencermati hipotesis, dan mulai mengerjakan Bab 4, sambil merapikan Bab 1-3	
14.	7/11/2021	Sistematika Penulisan	Mengusun BAB 3 data dan 4 sesuai buku Panduan bimbingan Skripsi	
15.	18/11/2021	BAB 5	Mengusun Bab 5, dan periksa lagi tata penulisan kutipan, footnote, daftar pustaka dll	
16.	9/1/2021	kuisioner	Mengelompokkan butir-butir pertanyaan tentang akhlak, ahlak, dan muamalat, untuk menganalisis hasil persepsi responden	
17.	20/1/2021	Perbaiki Bab 1-5 dan kisi-kisi instrumen	Memperbaiki tata penulisan Bab 1 dan 2, dan mengganti kisi-kisi Instrumen.	
18.	24/1/2021	BAB 5	Memperbaiki Tata cara penulisan BAB 5	
19.	25/1/2021	Hasil Bab 5	Membuat tabel Tabel distribusi frekuensi dan tabel pengkategorian.	
20.	3/2/2021	Masukan dari dospem	Memperbaiki Bab 3 - Bab 5, terutama hasil hitungan untuk di Bab 5	
21.	9/2/2021	merapikan skripsi	Merapikan skripsi mulai dari typo, tata penulisan, dan sistematika penulisan	
22.	13/2/2021	ACC dospem		

Catatan : 1. Lembar konsultasi ini agar dibawa dan diserahkan/diminta paraf dari pembimbing setiap konsultasi.

2. Topik permasalahan diisi oleh mahasiswa yang bersangkutan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Novia Hidayanti lahir pada 5 November 1998 di Jakarta. Penulis merupakan anak pertama dari empat bersaudara dari pasangan suami istri bapak Hasan Basri dan ibu Himatul Azimah.

Penulis berdomisili di Jl. EX Auri Rt.004/03 No. 60 Kuningan Timur, Jakarta Selatan

Adapun riwayat pendidikan yang ditempuh penulis adalah sebagai berikut:

1. MI Bait Al-Rahman, Kalibata Jakarta Selatan lulus tahun 2010
2. SMP La Tansa, Lebak Banten lulus tahun 2013
3. SMA La Tansa, Lebak Banten lulus tahun 2016

Setelah lulus MA penulis meneruskan studi ke jenjang perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Jakarta (UMJ) di Fakultas Agama Islam (FAI) Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI). Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa program S1 KPI di Universitas Muhammadiyah Jakarta.

