

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi merupakan rangkaian kegiatan atau kejadian yang saling berhubungan dan terjadi secara bertahap, seperti yang dijelaskan oleh Riswandi (2009: 2). Pada dasarnya, komunikasi adalah proses pertukaran ide atau gagasan yang dilakukan secara langsung dalam kehidupan sehari-hari. Untuk mendapatkan pemahaman, pesan atau ide disampaikan dari satu orang kepada yang lain melalui kontak ini.

Komunikasi tidak hanya terbatas pada kegiatan yang mengajak kepada kebaikan atau dakwah. Dakwah adalah salah satu cara menyampaikan ajaran Islam, yang dimaksudkan sebagai rahmat bagi seluruh alam semesta. Hal ini merupakan upaya untuk menanamkan prinsip-prinsip Islam dalam diri individu, sehingga mereka terdorong untuk melakukan kebaikan dan menghindari keburukan. Dakwah bukan hanya alat pendidikan, melainkan juga sarana untuk mencegah perilaku negatif yang dapat merusak kehidupan.

Dakwah bukan hanya alat pendidikan, melainkan juga sarana untuk mencegah perilaku negatif yang dapat merusak kehidupan (Aida, 2021: 8). Dakwah adalah jenis komunikasi yang unik di mana sebuah pesan disampaikan kepada mad'u (penerima pesan) baik secara individu maupun kelompok oleh seorang dai (pendakwah) (Ilaihi W., 2013). Meskipun komunikasi dan dakwah memiliki kesamaan, dakwah memiliki teori, prinsip, dan perspektif tersendiri

yang berbeda. Fokus utama penelitian dalam ilmu dakwah adalah terkait dengan ajaran Islam, sedangkan teknik komunikasi dakwah lebih berhubungan dengan target penerima pesan dakwah.

Dalam Islam, komunikasi memegang peranan penting karena manusia adalah bagian dari masyarakat. Keberhasilan atau kegagalan dakwah sangat tergantung pada cara komunikasi yang digunakan oleh dai. Jika pesan dakwah yang telah disampaikan oleh mad'u tidak diterima, maka komunikasi tersebut dianggap gagal; sebaliknya, jika pesan diterima dengan baik, maka komunikasi itu berhasil. Oleh karena itu, dai perlu menggunakan teknik komunikasi yang tepat agar dakwahnya berhasil.

Dengan perkembangan teknologi komunikasi, metode dakwah juga harus disesuaikan agar pesan dapat diterima dengan baik oleh generasi muda, khususnya mahasiswa. Cara para dai berkomunikasi secara efektif berdampak pada bagaimana orang bereaksi terhadap dakwah. Salah satu teknik yang efektif adalah komunikasi persuasif, di mana pesan disampaikan dengan cara yang halus dan menarik, sehingga dapat mengubah sikap, perilaku, atau pandangan penerima pesan.

Tujuan dari persuasi adalah untuk mengubah perspektif seseorang dengan menyajikan konsep, sudut pandang, atau informasi baru melalui komunikasi tertulis. (Azwar, 2012: 21). Komunikasi persuasif bertujuan untuk mempengaruhi lawan bicara dengan cara merubah pandangan, perilaku, dan sikap lawan bicara sesuai dengan keinginan komunikator. Kata Latin "*persuasio*," yang berarti membujuk atau memikat, adalah asal kata "persuasi".

(Muchlis, 2006: 1). Dakwah disampaikan secara persuasif, yaitu dengan cara masyarakat yang didakwahi berpikir dan merasakan, sehingga masyarakat tersebut menerima dan mengikuti perintah dai sambil merasa sedang mengikuti keinginannya sendiri.

Para dai masa kini semakin inovatif dalam menyampaikan dakwah melalui sarana media sosial seperti Twitter, Instagram, dan YouTube. Karena mayoritas pengguna media sosial adalah generasi milenial, para dai dapat dengan mudah menyampaikan dakwah mereka kepada audiens ini. Dakwah kini disampaikan dengan cara yang lebih santai dan sesuai dengan gaya hidup milenial, seperti menggunakan pakaian kasual dan beraktivitas di tempat yang mereka sukai, seperti kafe atau sambil bermain game.

Namun dengan gaya seperti: celana jeans dan kaos dan berdakwah dengan kursi gaming atau di cafe sembari duduk santai adalah gaya terbaru untuk dai yang menarik minat generasi muda untuk mendengarkan dakwah mereka. Karena milenial lebih menyukai gaya dakwah yang simpel namun tetap berbobot. Salah satu contoh dai yang populer di kalangan milenial adalah Habib Husein Ja'far Al-Hadar, yang aktif berdakwah lewat laman media social dan sering muncul di berbagai podcast serta acara di YouTube. Konten dakwahnya menarik perhatian banyak orang, terutama karena gaya penyampaiannya yang sederhana namun berbobot, serta relevan dengan isu-isu terkini yang dihadapi generasi muda. Melalui dakwahnya, Habib Husein Ja'far juga mengangkat pentingnya toleransi beragama, sebuah sikap yang sangat relevan dalam menjaga kerukunan di negara yang beragam seperti Indonesia.

Dalam beberapa tahun terakhir, nama Habib Husein Ja'far semakin dikenal di media sosial dan televisi. Hal ini terlihat dari seringnya dia muncul di Youtube dan TV. Misalnya, Habib Ja'far tampil di channel Youtube Journey Of Life yang dimiliki oleh The Leonardo's (Onad), serta di channel Youtube Deddy Corbuzier, di mana dia berkolaborasi dengan Onad dalam konten bertema LOGIN selama bulan Ramadan 2023. Selain itu, Habib Ja'far juga terlibat dalam berbagai podcast yang membahas isu-isu terkini dan pertanyaan milenial dari prespektif Islam.

Habib Husein Ja'far sering bekerja sama dengan YouTuber terkenal untuk mempromosikan pesannya di platform tersebut. Salah satu konten beliau yang menarik minat orang banyak adalah konten "LOGIN" pada channel Youtube Deddy Corbuzier. Youtube Deddy Corbuzier memiliki subscriber sebanyak 21,2 juta subscriber. Konten atau program "LOGIN" yang ditayangkan selama bulan Ramadhan 2023 yang dipandu oleh Habib Ja'far dan Onad memiliki minat dihati masyarakat Indonesia secara luas karena konten LOGIN yang ditayangkan memiliki rata-rata viewer sebesar 3,8 juta tayangan, video dengan views terkecil memiliki 1 juta tayangan dan video dengan views terbesar memiliki penayangan sebanyak 13 juta kali tayangan.

Pembahasan yang paling mencolok dalam konten tersebut adalah toleransi beragama. Hal ini terlihat dari perbedaan keyakinan agama antara Habib Ja'far, Onad, dan bintang tamu yang diundang. Telah menjadi pengetahuan Bersama bahwa Indonesia adalah negara yang beragam, yang menghargai dan menghormati berbagai macam agama dan kepercayaan. Keberagaman ini,

meskipun merupakan kekuatan, juga membuat Indonesia rentan terhadap masalah intoleransi di antara umat beragama. Toleransi beragama menjadi alat penting dalam menjaga persatuan bangsa, karena sikap menghormati dan memahami antar berbagai kelompok agama dan aliran dapat memperkuat kesatuan negara.

Sebaliknya, ketidakmampuan untuk toleransi berpotensi mengancam persatuan nasional dan bahkan bisa memicu konflik fisik antara kelompok-kelompok agama. Toleransi beragama itu sendiri adalah sikap menghormati antara individu yang menganut agama berbeda serta di antara penganut agama yang memiliki aliran berbeda. Hal ini penting untuk mewujudkan keharmonisan ajaran agama dan pemahaman agama dalam berkehidupan, serta untuk memastikan bahwa kerukunan hidup bermasyarakat tetap terjaga.

“Baru ini podcast yang ga ngebosenin dan isinya daging semua.. menyentuh untuk kata2 yang mendalam.. bener2 salut deh sama onad dan Habib Ja’far yang bener2 nyambung banget walaupun beda culture dan kebiasaan hidup.. semoga sehat selalu buat ente berdua dan om ded.. semoga yang mau LOGIN ke Islam tercerahkan, dan yang engga LOGIN pun semoga bisa ambil manfaatnya”, salah satu komentar dalam konten LOGIN yang diunggah oleh @irfan septiansyah. “Baru tau ada acara LOGIN ini, awalnya Random aja liat di thumbnail. nonton 1 Episode doang, dan akhirnya jujur baru kali ini saya Marathon Youtube yang sebelumnya belum pernah mantengin Youtube dengan waktu selama ini.. dan Akhirnya Selesai nonton semua Episode LOGIN dari episode Pertama! Seru dan dapat Insight dari berbagai

macam sudut pandang Ahli Agama Secara langsung. saya suka kalo bahasannya udah yang agak-agak berat, karena itu hal yang jarang banget orang mau tanyakan dan disini bisa dikemas dengan cara yang relatif ringan dan friendly untuk siapapun! Goodjob dan Terima Kasih Banyak!”, komentar yang diunggah oleh @dimas vian dalam salah satu konten LOGIN.

Dakwah persuasif berperan penting dalam keberhasilan dakwah yang dilakukan Habib Ja'far dalam membangun toleransi beragama pada konten LOGIN karena pendekatan dakwah persuasif mengedepankan dialog, pemahaman dan penghormatan terhadap keyakinan yang berbeda. Melalui dakwah yang bersifat persuasif, pesan keagamaan disampaikan dengan cara yang tidak memaksa, melainkan mengajak audiens untuk memahami ajaran agama yang berbeda dengan lebih terbuka. Hal ini mendorong terciptanya sikap saling menghormati diantara umat beragama, sehingga dapat memperkuat hubungan social dan mencegah konflik antar umat beragama.

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mohammad Zidan Via Wahyudi mengenai, Pengaruh Komunikasi Persuasif Dan Motivasi Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Melanjutkan Kuliah Pada Siswa Kelas XII Ma Al-Amien Jember, menyatakan Dengan kontribusi gabungan sebesar 41,6%, hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara motivasi dan komunikasi persuasif dengan pengambilan keputusan.

Penelitian yang serupa dengan judul Pengaruh Komunikasi Persuasif dan Personal Branding Endorser Raffi Ahmad terhadap Kesadaran Vaksinasi Covid-19 (Studi terhadap Masyarakat Kecamatan Babadan Ponorogo dengan

Analisis yang ditulis oleh Naura Fika Azmi Nabilla, menyatakan bahwa Personal Branding dan Komunikasi Persuasif secara bersama-sama berpengaruh sebesar 42,8% terhadap Kesadaran Vaksinasi.

Dalam jurnal penelitian dengan judul Pengaruh Komunikasi Persuasif Guru terhadap Motivasi Belajar Peserta Didik Sekolah Alam Tunas Mulia Rizky Oktarina Costa menyatakan bahwa hasil pengujian hipotesis secara parsial (Uji T) menunjukkan, dari satu variabel bebas dalam penelitian ini, adanya variabel yang berpengaruh terhadap tingkat motivasi belajar siswa. Variabel Komunikasi Persuasif guru yang menunjukkan nilai t hitung = 4,824 > 0.68404 dan signifikan = 0,000 < 0,05, berarti hipotesis diterima maka Komunikasi Persuasif Guru pengaruhnya signifikan terhadap Tingkat Motivasi Siswa.

Berdasarkan pemaparan beserta data yang telah dijelaskan dapat ditemukan bahwa komunikasi persuasif memiliki dampak yang kuat sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dan dilaksanakan oleh komunikan. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai pengaruh dakwah persuasif Habib Ja'far terhadap pemahaman toleransi beragama, maka peneliti mengangkat judul penelitian yaitu "Pengaruh Dakwah Persuasif Habib Ja'far Pada Konten LOGIN Terhadap Pemahaman Toleransi Beragama Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa KPI UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2021)"

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, fokus penelitian ini adalah pengaruh komunikasi persuasif pada dakwah Habib Ja'far dalam konten "LOGIN" terhadap pemahaman toleransi beragama mahasiswa. Rumusan masalah penelitian ini adalah Seberapa besar pengaruh komunikasi persuasif pada dakwah Habib Ja'far dalam konten LOGIN terhadap pemahaman toleransi beragama mahasiswa KPI UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2021?

C. Tujuan Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, tujuan yang ingin dicapai yaitu untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh komunikasi persuasif pada dakwah Habib Ja'far dalam konten LOGIN terhadap pemahaman toleransi beragama mahasiswa KPI UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2021.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru, terutama tentang ilmu dakwah dan tabligh tentang bagaimana civitas akademika jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung menggunakan Youtube sebagai media sosial untuk menyampaikan dakwah.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi contoh bagi para dai untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menyiarkan dakwah Islam untuk menarik perhatian siswa dari berbagai kalangan. Fokus penelitian ini adalah untuk

mendorong pengguna media sosial, khususnya Youtube, untuk menjadi lebih cerdas karena unggahannya berdampak pada kehidupan nyata.

E. Kajian Penelitian Yang Relevan

Penelitian ini mengacu pada beberapa studi sebelumnya untuk memperkaya teori yang ada dan mencegah kesamaan dalam penelitian. Beberapa kajian terdahulu yang relevan meliputi:

Pertama, Pengaruh Komunikasi Persuasif Dan Motivasi Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Melanjutkan Kuliah Pada Siswa Kelas XII Ma Al-Amien Jember, yang ditulis oleh Mohammad Zidan Via Wahyudi, dengan hasil penelitian yaitu:

Penelitian ini melihat bagaimana keputusan siswa untuk melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi dipengaruhi oleh motivasi dan komunikasi persuasif. Semua siswa kelas XII menjadi sampel penelitian, dan instrumen pengambilan keputusan, motivasi, dan komunikasi persuasif digunakan untuk mengumpulkan data. Dengan 127 anak sebagai sampel, seluruh populasi terwakili. Tiga skala berbeda yang dikembangkan oleh peneliti digunakan sebagai alat pengumpul data: skala komunikasi persuasif (Reliabilitas $\alpha = 0,842$), skala motivasi (Reliabilitas $\alpha = 0,910$), dan skala pengambilan keputusan (Reliabilitas $\alpha = 0,672$). Korelasi product moment digunakan untuk menganalisis data. Dengan kontribusi gabungan sebesar 41,6%, hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara motivasi dan komunikasi persuasif dengan pengambilan keputusan.

Kedua, Pengaruh Komunikasi Persuasif dan Personal Branding Endorser Raffi Ahmad terhadap Kesadaran Vaksinasi Covid-19 (Studi terhadap Masyarakat Kecamatan Babadan Ponorogo dengan Analisis Metode Penelitian Structural Equation Modeling Partial Least Squares), yang ditulis oleh Naura Fika Azmi Nabilla, dengan hasil yakni:

Temuan menunjukkan bahwa Personal Branding (X2) dan Komunikasi Persuasif (X1) secara bersama-sama berpengaruh sebesar 42,8% terhadap Kesadaran Vaksinasi (KV). Komunikasi Persuasif (X1), dengan nilai T-Statistik sebesar 2,245, lebih dari 1,96, dan Koefisien Jalur sebesar 0,293, lebih tinggi dari 0, memiliki pengaruh yang substansial dan menguntungkan terhadap Kesadaran Vaksinasi (Y). Bersamaan dengan itu, ada dampak yang patut dicatat dan afirmatif dari Personal Branding (X2) terhadap Kesadaran Vaksinasi (Y), yang dibuktikan dengan nilai T-Statistik melebihi 1,96 (2,937) dan Koefisien Jalur melebihi 0 (0,397). Berdasarkan temuan ini, kesadaran vaksinasi (Y) dipengaruhi oleh personal branding (X2) dan komunikasi persuasif (X1), dengan H_0 ditolak dan H_a diterima.

Ketiga, Pengaruh Promosi Melalui Komunikasi Persuasif Terhadap Volume Penjualan Pada Produk Herbal Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) Di Kota Palangka Raya. Ditulis oleh Norpiyanti, dengan hasil penelitian yakni:

Penelitian ini meneliti bagaimana komunikasi pemasaran persuasif mempengaruhi jumlah penjualan produk Herbal Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) di Kota Palangka Raya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menilai,

dengan menggunakan analisis regresi sederhana dan alat bantu SPSS 18.0, dampak promosi berbasis komunikasi persuasif terhadap volume penjualan.

Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan signifikansi dengan nilai Sig. sebesar 0,001, yang kurang dari 0,05, dan nilai thitung sebesar 3,725, yang lebih tinggi dari ttabel 1,687. Ini mengindikasikan adanya pengaruh signifikan antara promosi dan volume penjualan produk. Selain itu, nilai R Square sebesar 0,267 menunjukkan bahwa promosi melalui komunikasi persuasif berkontribusi sebesar 26,7% terhadap volume penjualan, sementara 72,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar promosi melalui komunikasi persuasif.

Keempat, Analisis Gaya Komunikasi Habib Husein Ja'far Al-Hadar Dalam Konten Youtube "Pemuda Tersesat".

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi pesan dakwah dan gaya komunikasi Habib Husein Ja'far Al-Hadar dalam video YouTube "Pemuda yang Hilang." Dengan menggunakan pendekatan analisis isi dan metodologi kualitatif deskriptif, penelitian ini menggunakan teori Budd dan Thorpe. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi Habib Husein Ja'far Al-Hadar dalam materi "Pemuda yang Hilang" adalah dengan menanggapi pertanyaan anak muda dengan serius, menggunakan nalar, dan merujuk pada Al-Quran dan Hadits. Meskipun ia berbicara dengan serius, gaya komunikasinya terkesan santai dan khas anak muda. Dia berbicara secara informal, memiliki tipe tubuh yang fleksibel, dan berpakaian santai dengan celana jins dan kopiah bundar. Saat berkhotbah, wajahnya selalu tersenyum.

Aspek-aspek gaya komunikasinya mencakup gaya animasi (*expressive*), gaya terbuka (*open*), gaya santai (*relaxed*), gaya berkesan (*impression leaving*), gaya bersahabat (*friendly*), gaya dominan (*dominant*), gaya dramatis (*dramatic*), gaya perhatian (*attentive*), dan gaya struktural (*structuring*).

Kelima, Tesis dengan judul “Teknik Komunikasi Persuasif Guru dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa (Studi Multisitus di MIM Plus Suwaru Bandung Tulungagung dan MI Al-Huda Rejowinangun Trenggalek)”

Dari hasil penelitian ini, penulis menyimpulkan bahwa: (1) Teknik asosiasi guru untuk meningkatkan motivasi belajar siswa di MIM Plus Suwaru Bandung Tulungagung dan MI Al-Huda Rejowinangun Trenggalek serupa, yaitu dengan memberikan materi tambahan yang tidak harus relevan dengan pelajaran utama. Pendekatan ini efektif karena membantu mengurangi kebosanan siswa dan meningkatkan motivasi belajar mereka melalui penambahan wawasan. (2) Teknik integrasi guru untuk meningkatkan motivasi belajar di kedua sekolah melibatkan pendekatan personal terhadap siswa, yang bertujuan menjalin hubungan baik antara guru dan siswa, serta meningkatkan saling pengertian dan kepedulian.

Beberapa kesimpulan diatas adalah hasil dari sejumlah penelitian yang dijadikan sebagai bahan rujukan atas penelitian ini. Novelty atau kebaruan dari proposal penelitian ini adalah (1). Belum ditemukan penelitian konten LOGIN Habib Ja'far, beberapa konten yang dijadikan sebagai bahan penelitian adalah konten pemuda tersesat, podcast Habib diaplikasi NOICE, dll. (2). Sebagian besar penelitian mengenai habib menggunakan metode penelitian kualitatif

dengan menggunakan analisis deskriptif untuk menganalisis video ataupun konten Habib Ja'far. Bisa diambil kesimpulan bahwa penelitian ini memiliki beberapa kelebihan yaitu (1). Penggunaan metode penelitian kuantitatif sebagai metode penelitian, penggunaan kuisisioner dan analisis regresi menambah kelebihan dari proposal penelitian ini, (2). Konten LOGIN merupakan konten yang dapat dibilang masih baru karena selesai diunggah, program tersebut dimulai pada tanggal 23 Maret dan diakhiri tanggal 21 April 2023, program tersebut tayang bertepatan pada bulan Ramadhan 2023.



Tabel 1. 1Kajian Penelitian Yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Penulis	Tahun	Jenis Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Pengaruh Komunikasi Persuasif Dan Motivasi Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Melanjutkan Kuliah Pada Siswa Kelas XII Ma Al-Amien Jember	Mohammad Zidan Via Wahyudi	2021	Skripsi	1. Penelitian tentang pengaruh komunikasi persuasi 2. Penelitian menggunakan metode kuantitatif	1. Objek penelitian yang diteliti berbeda 2. Ada variable lainna yaitu “motivasi”
2.	Pengaruh Komunikasi Persuasif dan Personal Branding Endorser Raffi Ahmad terhadap Kesadaran Vaksinasi Covid-19 (Studi terhadap Masyarakat Kecamatan Babadan Ponorogo dengan Analisis Metode Penelitian Structural Equation Modeling Partial Least Squares)	Naura Fika Azmi Nabilla	2022	Skripsi	1. Penelitian tentang pengaruh komunikasi persuasi 2. Penelitian menggunakan metode kuantitatif	1. Objek penelitian yang diteliti berbeda 2. Memiliki 3 variabel pembahasan 3. Menggunakan metode SEM
3.	Analisis Gaya Komunikasi Habib Husein Ja'far Al-Hadar Dalam Konten Youtube “Pemuda Tersesat”	Tuti Alawiyah	2022	Skripsi	1. Objek yang diteliti menggunakan media sosial	1. Penelitian tentang gaya komunikasi Habib Ja'far 2. Penelitian menggunakan metode kualitatif
4.	Pengaruh Komunikasi Persuasif Guru Terhadap Kesadaran Belajar Siswa di SMP Negeri 4 Desa Pantai Cermin Kecamatan Tanjung Pura	Junedi Singarimbun	2020	Jurnal	1. Penelitian tentang pengaruh komunikasi persuasif 2. Menggunakan analisis linier sederhana	1. Menggunakan multi step sampling
5.	Teknik Komunikasi Persuasif Guru Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa (Studi Multisitus di MIM Plus Suwaru Bandung Tulungagung dan MI Al-Huda Rejowinangun Trenggalek)	Ahmad Jarir Atthabari	2019	Tesis	1. Menggunakan teori AIDDA	1. Menggunakan metode kualitatif

F. Kerangka Pemikiran

1. Landasan Teoritis

Untuk mencapai tujuan penelitian, dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa teori. Teori yang digunakan adalah sebagai berikut,

a. Teori Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif merupakan salah satu bentuk komunikasi yang melibatkan penggunaan manipulasi psikologis untuk memengaruhi tindakan, pendapat, dan sikap seseorang, sehingga mereka melakukan tindakan yang sesuai dengan keinginan komunikator. Akar kata “persuasi” dalam bahasa Latin berarti “membujuk, merayu, atau mengundang”. Komunikasi persuasif bertujuan untuk merubah perilaku seseorang tanpa menggunakan paksaan atau kekerasan, tetapi dengan pemahaman mendalam tentang kondisi sosiologis dan psikologis pihak yang diajak berkomunikasi (Rakhmat, 1998: 4).

Dalam proses komunikasi persuasif, terdapat tahapan yang dikenal dengan akronim AIDDA, yang merupakan singkatan dari langkah-langkah penting dalam komunikasi persuasif (Effendy, 2007: 34). Penjelasannya seperti berikut:

- 1) *A – Attention* atau Perhatian
- 2) *I – Interest* atau Minat
- 3) *D – Desire* atau Hasrat
- 4) *D – Decision* atau Keputusan

5) A – *Action* atau Kegiatan

Tahap awal di mana perhatian dari audiens atau komunikan harus dibangkitkan (*Attention*). Setelah perhatian berhasil ditangkap, langkah selanjutnya adalah menumbuhkan minat atau ketertarikan (*Interest*) Minat yang telah muncul kemudian dikembangkan menjadi keinginan atau hasrat untuk mengikuti apa yang diinginkan dari komunikator (*Desire*) dalam tahap ini, komunikan membuat keputusan untuk bertindak sesuai dengan ajakan atau harapan komunikator (*Decision*) untuk melakukan kegiatan (*Action*) tindakan atau kegiatan dilakukan oleh komunikan sebagai hasil dari proses komunikasi persuasif.

2. Landasan Konseptual

a. Dakwah Persuasif

Menurut bahasa, dakwah berasal dari bahasa Arab yang berarti “seruan,” “panggilan,” atau “doa”. Abdul Aziz menjelaskan bahwa secara etimologis, dakwah dapat diartikan sebagai tindakan mengajak atau memohon (Aliyuddin, 2009: 1).

Penting untuk memahami bahwa dakwah merupakan elemen kunci dalam Islam, karena melalui dakwah, orang diajak untuk menjalankan ajaran Allah demi kebahagiaan di dunia dan akhirat. Dakwah mencakup usaha mengubah keadaan seseorang agar lebih dekat dengan petunjuk-Nya.

Adapun dasar hukum perintah dakwah yang tertulis di dalam QS. An-Nahl: 125,

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ ۗ وَجِدِلْهُمْ بِآيَاتِي هِيَ أَحْسَنُ
 إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”. (Kemenag RI, 2015)

Unsur-unsur dakwah adalah bagian-bagian yang membentuk praktik dakwah. Komponen-komponen tersebut adalah sebagai berikut: thariqah (metode), atsar (efek dakwah), maddah (isi dakwah), mad'u (mitra dakwah), dai (pelaku dakwah), dan wasilah (media dakwah).

Dakwah persuasif memiliki pengertian sebagai kegiatan dakwah yang memakai komunikasi persuasif sebagai alat untuk mengubah atau membentuk sikap dan perilaku penerima dakwah. Keberhasilan dalam dakwah ini sangat bergantung pada kemampuan dai dalam menggunakan pendekatan psikologis. Oleh karena itu, seorang dai perlu memahami teori-teori komunikasi persuasif agar dapat menyampaikan pesan secara efektif (Ilaihi W. , 2010: 35).

Dakwah merupakan aktifitas yang dilakukan secara sadar dan terencana, baik melalui lisan, tulisan, ataupun tindakan, dengan tujuan mempengaruhi orang lain agar memahami dan mengamalkan ajaran agama tanpa paksaan. (Saputra, 2011: 1).

Aktivitas dakwah diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu, dibagi menjadi tujuan sementara untuk kebahagiaan di dunia dan tujuan final untuk kebahagiaan di akhirat. Hal ini menjadi inti dari ilmu dakwah, yang berbeda dari ilmu komunikasi umum karena dakwah mengandung nilai-nilai keteladanan dan kebenaran. Secara umum, ada dua kategori utama tujuan dakwah: tujuan sementara dan tujuan akhir. Tujuan sementara dakwah berfokus pada penerapan ajaran Islam untuk mencapai kebahagiaan hidup di dunia. Sementara itu, tujuan akhir dakwah adalah untuk meraih kebahagiaan di akhirat. Keduanya adalah aspek kunci dalam studi dakwah, yang membedakannya dari bidang ilmu lainnya.

Dakwah dan komunikasi memiliki beberapa kesamaan dasar karena keduanya melibatkan interaksi manusia, seperti berpikir, menyampaikan pesan, dan memiliki keinginan. Dakwah tunduk pada peraturan komunikasi yang sama, dan hambatan dalam komunikasi sering kali juga merupakan hambatan dalam dakwah. Namun, perbedaan utama antara keduanya terletak pada isi pesan yang disampaikan: komunikasi bersifat netral, sedangkan dakwah mengandung nilai-nilai keteladanan dan kebenaran (Lalu, 2013: 23).

Agar mad'u dapat bersikap, berpendapat, dan bertindak sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan Hadits, maka dakwah dan komunikasi memiliki tujuan yang sama, yaitu untuk mempengaruhi dan juga mengajak terjadinya perubahan sikap, pendapat, dan perilaku komunikan agar sesuai dengan keinginan komunikator (dai).

Dakwah berusaha menerapkan ajaran Islam sebagai agama yang penuh kasih dan membawa kebaikan bagi seluruh umat manusia. Proses dakwah melibatkan beberapa unsur penting: *dai* (penceramah), *maaddah* (materi), *thoriqoh* (metode), *wasilah* (media), dan *madu* (sasaran) untuk mencapai *maqashid* (tujuan) dakwah, yang sejalan dengan tujuan Islam yaitu kebahagiaan di dunia dan akhirat.

Komunikasi persuasif merupakan elemen yang sangat relevan dalam dakwah karena tujuannya yang mendukung efektivitas setiap aktivitas dakwah. Dengan menggunakan komunikasi persuasif, dakwah dapat menjadi lebih efektif dalam mencapai tujuannya.

b. Media Sosial

Media memiliki makna yang luas dan komprehensif, dan sulit untuk didefinisikan secara pasti, terutama ketika dikaitkan dengan konsep seperti sistem penyajian dan teknologi pembelajaran. Asal kata "media" dari bahasa Latin yang berarti "antara" atau "perantara," menggambarkan hubungan informasi antara sumber dan penerima. Media juga mencakup tentag komunikasi massa yang memiliki symbol dan proses produksi serta distribusi (Yaumi, 2018).

Salah satu jenis media sosial berbasis video yang kini populer adalah YouTube. Platform yang mengizinkan pengguna untuk meng-upload dan melihat video. Sebagai portal berbasis web, YouTube menawarkan layanan berbagi video dan sering diakses melalui smartphone (Kindarto, 2008). Situs ini menyediakan berbagai informasi dalam bentuk video, cocok bagi

mereka yang mencari informasi visual. Selain menonton, pengguna juga dapat mengunggah dan membagikan video mereka ke seluruh dunia.

YouTube kini tidak hanya berfungsi untuk berbagi video tetapi juga digunakan untuk berbagai keperluan, seperti mempromosikan bisnis dan berkarya melalui video, film pendek, dan podcast yang bertujuan untuk menyampaikan pesan dan edukasi. Informasi kini dapat disebarluaskan dengan cepat melalui platform ini, termasuk melalui podcast dengan berbagai topik seperti komedi, horor, bisnis, politik, dan pendidikan.

Contoh podcast terkenal di YouTube adalah milik Deddy Corbuzier, yang memiliki 21,2 juta subscriber dan lebih dari 1.400 video. Salah satu program podcast yang banyak diminati adalah LOGIN, yang dipandu oleh Habib Ja'far dan Onad selama bulan Ramadhan 2023.

c. Toleransi Beragama

Dalam bahasa Inggris, istilah "*tolerance*" merujuk pada kesabaran, kemampuan untuk menerima, dan memiliki hati yang terbuka. Dalam bahasa Arab, istilah ini dikenal sebagai "*tasāmuḥ*," yang berasal dari kata "*samaḥa*," yang berarti mempermudah dan bersikap lembut (Al Muḥdar, 1983: 1). Sementara itu, menurut KBBI, toleransi memiliki arti sebagai sikap yang menghargai dan membiarkan perbedaan pendapat, kepercayaan, dan kebiasaan yang berbeda dari miliknya sendiri.

Menurut Ensiklopedi Nasional Indonesia, toleransi beragama adalah sikap menerima keberagaman dan kebebasan beragama serta kepercayaan yang diyakini oleh orang atau kelompok yang lain. Dengan demikian,

toleransi beragama dapat didefinisikan sebagai sikap menghargai dan menghormati berbagai agama dan keyakinan yang berbeda dalam kehidupan sehari-hari untuk menjaga kerukunan masyarakat.

Untuk menerapkan toleransi beragama, kita perlu mengadopsi beberapa prinsip dasar untuk mencapai kebahagiaan dan kedamaian adalah (Wahid, 2006: 117):

- 1) Kebebasan Beragama
- 2) Penghormatan dan Eksistensi Agama Lain
- 3) *Agree in disagreement*

Harun Nasution menyatakan bahwa toleransi beragama akan terwujud jika meliputi 5 hal berikut (Harun, 2000: 27):

- 1) Mencoba melihat kebenaran yang ada diluar agama lain
- 2) Memperkecil perbedaan yang ada diantara agama-agama
- 3) Menonjolkan persamaan yang ada dalam agama-agama
- 4) Memupuk rasa persaudaraan
- 5) Menjauhi praktik serang menyerang antar agama

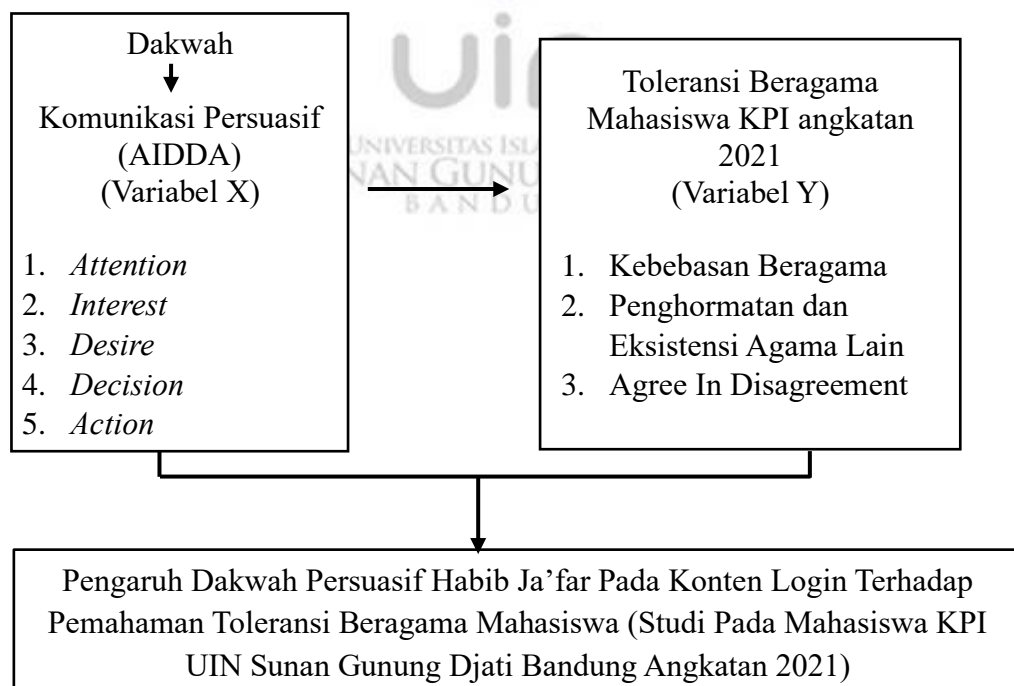
d. Mahasiswa

Mahasiswa merupakan individu yang sedang menjalani proses belajar dan telah terdaftar di perguruan tinggi, seperti akademi, politeknik, sekolah tinggi, institut, atau universitas. Menurut Kamus Bahasa Indonesia, mahasiswa adalah orang yang sedang belajar di perguruan tinggi (W.J.S, 2007).

Siswoyo (2007) mendefinisikan mahasiswa sebagai seseorang yang menuntut ilmu di perguruan tinggi, baik yang negeri maupun swasta atau lembaga setara. Mahasiswa biasanya dikenal memiliki kecerdasan tinggi, kemampuan berpikir kritis, dan kesiapan untuk bertindak. Mereka umumnya berusia antara 18 dan 25 tahun, masa yang dikenal sebagai akhir remaja dan awal dewasa, di mana mereka fokus pada penetapan arah hidup.

Berdasarkan hal-hal yang disebutkan di atas, mahasiswa dapat didefinisikan sebagai siswa yang berusia antara 18 dan 25 tahun yang terdaftar dan mengenyam Pendidikan di perguruan tinggi, baik itu akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut, atau universitas.

Dari uraian di atas kerangka konseptual penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Kerangka Konseptual

G. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian adalah jawaban awal yang diajukan untuk masalah penelitian, yang masih memerlukan pengujian empiris untuk memastikan kebenarannya (Suryabrata, 1998: 31). Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat diperoleh perumusan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini:

1. **H₀** = Tidak terdapat pengaruh komunikasi persuasif dakwah Habib Ja'far terhadap pemahaman toleransi beragama mahasiswa.
2. **H₁** = Terdapat pengaruh komunikasi persuasif dakwah Habib Ja'far terhadap pemahaman toleransi beragama mahasiswa.

H. Langkah Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian di lokasi penelitian, terutama untuk menangkap fenomena atau peristiwa nyata dari objek yang diteliti untuk memperoleh data penelitian. Penelitian dilakukan di UIN Sunan Gunung Djati Bandung dan konten Youtube Deddy Corbuzier LOGIN dimulai dari 23 Maret 2023 dan selesai pada 21 April 2023, dengan total 30 video yang diunggah.

2. Paradigma Dan Pendekatan

Paradigma penelitian ini didasarkan pada positivisme, yang berakar dari paham ontologi realisme. Positivisme memandang bahwa realitas itu ada dan mengikuti hukum alam. Dalam penelitian ini, digunakan Salah satu jenis metode penelitian kuantitatif adalah metode deskriptif, yang menggunakan rumusan masalah untuk mengeksplorasi atau memotret situasi sosial yang akan

diteliti. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi apakah terdapat pengaruh antara dakwah persuasif Habib Ja'far dan pemahaman mahasiswa mengenai toleransi, serta mengungkapkan bagaimana realitas tersebut berjalan sesuai dengan kenyataan (Salim, 2001: 39).

Metode penelitian ini adalah kuantitatif, yang ditandai dengan pendekatan sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas dari awal hingga tahap pembuatan desain penelitiannya.

3. Metode Penelitian

Secara umum, metode penelitian merupakan pendekatan ilmiah yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan tujuan tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi. Analisis regresi adalah teknik yang digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya, yang hasilnya dinyatakan dalam bentuk persamaan regresi.

4. Jenis Data Dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang didapatkan pada penelitian ini adalah dari hasil pengumpulan kuisioner yang sebelumnya sudah diisi oleh mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung terkait pengaruh komunikasi persuasif pada dakwah Habib Ja'far terhadap pemahaman toleransi beragama.

b. Sumber Data

Dalam penelitian kuantitatif, data biasanya disajikan dalam bentuk kata-kata, seperti deskripsi gejala, peristiwa, atau kejadian, yang dianalisis dalam beberapa kategori deskriptif, bukan dalam bentuk angka. Adapun penggunaan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Sumber data Primer, merupakan data didapatkan berasal dari sumber pertama, dalam hal ini sebagian mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang ditunjuk sebagai sampel/responden terhadap penelitian.
- 2) Sumber data sekunder adalah informasi yang dikumpulkan melalui investigasi berbagai sumber, termasuk buku, makalah, jurnal, dan bahan bacaan terkait lainnya, data sekunder untuk penelitian ini dikumpulkan.

5. Populasi dan Sampel

1) Populasi

Menurut Abdullah, populasi adalah kelompok keseluruhan yang akan diteliti. Jika populasi terlalu besar untuk diteliti secara keseluruhan, peneliti harus memilih sebagian dari populasi tersebut, yang dikenal sebagai sampel. Populasi adalah target utama dari penelitian, dan hasil penelitian akan diterapkan pada populasi tersebut. Dalam populasi, masalah yang diteliti dianalisis (Abdullah, 2015: 19).

Untuk tujuan penelitian, populasi adalah objek penelitian secara keseluruhan, dan sampel penelitian diambil dari populasi tersebut. Populasi tidak boleh diabaikan selama proses penelitian karena hasil penelitian akan diterapkan pada populasi tersebut. Penelitian ini melibatkan mahasiswa

aktif jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2021 dengan total populasi sebanyak 163 orang.

2) Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk penelitian, dengan elemen sebagai subjek tempat pengukuran dilakukan (Abdullah, 2015: 28). Teknik sampling digunakan untuk memilih sampel. Jika sampel digunakan dengan baik untuk tujuan yang bermanfaat bagi masyarakat, maka sampel tersebut dianggap valid. Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel purposive, yang berarti bahwa sampel dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu. sebagai berikut:

- a) Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung jurusan Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2021.
- b) Menonton konten LOGIN minimal 5 yang diupload pada bulan Ramadhan 2023 di akun Youtube Deddy Corbuzier

Peneliti menggunakan rumus slovin dalam menghitung jumlah sampel yang diperlukan. Rumus ini berfungsi untuk menentukan jumlah minimum sampel dari populasi terbatas, yang dikenal sebagai finite population survey. Rumus Slovin termasuk dalam teknik simple random sampling karena memberikan kesempatan yang sama bagi setiap individu untuk terpilih sebagai sampel. Berikut adalah notasi rumus Slovin yang digunakan untuk menghitung sampel penelitian:

$$n = \frac{N}{(1+Ne^2)}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel penelitian

N = Jumlah populasi

e = Error atau kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan contoh, biasanya yang bisa ditoleransi adalah 10%, (Abdullah, 2015).

$$n = \frac{163}{1+163 \times (0,1^2)} = 63$$

Dengan menggunakan rumus ini maka untuk jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini berjumlah 63 sampel.

6. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti dapat menggunakan berbagai teknik untuk mengumpulkan data, yang merupakan bagian penting dari penelitian dan membutuhkan banyak alat, seperti:

a. Kuisisioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data di mana responden diberi daftar pertanyaan untuk dijawab.. Pertanyaan dalam kuesioner dapat berupa pertanyaan terbuka, jika tidak ada opsi jawaban yang sudah ditentukan sebelumnya, atau pertanyaan tertutup, jika opsi jawaban telah disediakan. Skala, angket, atau daftar periksa dapat digunakan. Dalam penelitian ini, kuesioner akan diisi oleh Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Angkatan 2021 UIN Sunan Gunung Djati.

b. Dokumentasi

Pencarian data tentang objek atau variabel dalam catatan, transkrip, buku, surat kabar, dan majalah adalah bagian dari dokumentasi. Metode penelusuran data online mengacu pada teknik penelusuran media yang

dilakukan melalui internet. Dengan teknik ini, peneliti dapat memanfaatkan data online, baik data maupun teori. Metode dokumentasi ini juga merupakan bagian dari proses pengumpulan data dalam penelitian, dengan mengumpulkan data yang terkait dengan masalah yang diteliti. Data yang dikumpulkan melalui metode pengumpulan data ini adalah data dari video YouTube Deddy Corbuzier pada konten LOGIN yang diunggah pada bulan Ramadhan 2023.

7. Validitas Dan Reliabilitas

a. Validitas

Terkait keabsahan penelitian kuantitatif. Akan menunjukkan validitas kedua instrumen dan butirnya. Kemampuan butir untuk mendukung konstruk instrumen disebut valid. Suatu alat dianggap sah atau valid jika dia dapat mengukur apa yang seharusnya diukur dalam sebuah penelitian. Validitas digunakan untuk mengevaluasi seberapa baik masing-masing elemen dalam daftar pertanyaan untuk memberikan definisi variabel. Dalam penelitian ini, validitas diuji dengan menggunakan validitas konstruk (*Construct Validity*).

Meskipun gejala konstruk dapat diamati dan diukur, validitas konstruk hanya berkaitan dengan fenomena dan objek abstrak. (Kusaeri, 2012: 81). Validitas konstruk sering digunakan untuk mengevaluasi aspek-aspek seperti sikap, minat, dan motivasi, dan oleh karena itu, validitas konstruk dapat diterapkan untuk menilai minat dalam kajian generasi milenial.

Untuk mengukur validitas konstruk, digunakan teknik dengan rumus Pearson Product Moment. Dalam pengujian ini, jika nilai r hitung $\geq r_{\text{tabel}}$, maka instrumen dianggap valid pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Rumus korelasi yang digunakan dalam proses ini adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum x \cdot y - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2][N \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara x dan y

N = Jumlah angka pengamatan pertama

X = Jumlah angka pengamatan kedua

Y = Jumlah responden (Arikunto, 2010: 72).

b. Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan SPSS 27 dan metode α Cronbach. Sebuah alat ukur dianggap reliabel jika nilai $\alpha \geq 0,6$, yang menunjukkan bahwa alat tersebut dapat dipercaya dan konsisten. Sebaliknya, jika nilai $\alpha \leq 0,6$, maka alat ukur tersebut dianggap tidak dapat dipercaya dan tidak konsisten (Sujarweni, 2014: 193). Rumus untuk α Cronbach adalah:

$$r_i = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir
 σ_t^2 = varians total

Dimana r_i = Nilai reliabilitas

k = Banyaknya butir pertanyaan

σ_b^2 = Jumlah varian butir

σ^2 = Varian total (Somantri dan Muhidin, 2014: 48).

8. Teknik Analisis Data

a. Penilaian Skala Likert

Skala Likert digunakan untuk menilai pendapat, sikap, dan persepsi individu atau kelompok terhadap peristiwa sosial (Sugiyono, 2016: 44). Dalam penelitian ini, skala Likert diterapkan untuk memungkinkan responden memberikan jawaban secara langsung. Berikut adalah tabel kuesioner untuk penilaian dengan skala Likert:

Tabel 1.1 Scoring Untuk Penilaian Likert

Jawaban Responden	Singkatan	Skor	Presentase
Sangat Setuju	SS	5	Tergantung dari hasil perhitungan
Setuju	S	4	
Kurang Setuju	KS	3	
Tidak Setuju	TS	2	
Sangat Tidak Setuju	STS	1	

b. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah distribusi data penelitian sesuai dengan pola normal (Sugiyono, 2016: 28). Jika data tersebut simetris dengan mean, median, dan modus berada di tengah, maka data dianggap normal.

Dalam studi ini, uji normalitas Kolmogorov-Smirnov diterapkan. Hasil uji ini mengindikasikan bahwa Data dianggap berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($p \text{ value} > 0,05$). Untuk data yang terdistribusi normal, uji statistik korelasi parametrik Pearson digunakan,

sedangkan untuk data yang tidak terdistribusi normal, digunakan uji statistik Rank Spearman nonparametrik.

Hipotesis H₀ mengatakan bahwa sisa menyebar normal, dan Hipotesis H₁ mengatakan bahwa sisa tidak menyebar normal.

c. Uji Linearitas

Uji linieritas digunakan untuk menentukan apakah ada hubungan linier antara sekelompok variabel dependen dan variabel independen (Santoso, 2019: 195). Uji linieritas dilakukan untuk memastikan adanya hubungan linier antara variabel bebas dan variabel terikat. Uji ini membantu menentukan apakah metode analisis data yang dipilih tepat digunakan. Jika hasilnya menunjukkan bahwa distribusi data bersifat linier, maka data tersebut dapat dianalisis dengan metode tertentu. (Yulingga, 2017: 63). Dengan menggunakan SPSS for Windows, kriteria pengujian berikut dapat digunakan untuk menguji linieritas:

- 1) Rumusan Hipotesis H₀: Model regresi berbentuk linear. H₁: Model regresi tidak berbentuk linear.
- 2) Kriteria Pengujian Jika probabilitas (Sig) < 0,05 maka H₀ ditolak. Jika probabilitas (Sig) > 0,05 maka H₀ diterima.

d. Uji Heterokedastitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah ada ketidaksamaan dalam variabel residual dalam model regresi antara pengamatan satu dan lainnya (Ghozali, 2017). Uji Glejser adalah uji hipotesis yang digunakan untuk menentukan apakah ada indikasi

heteroskedastisitas dalam model regresi dengan meregres absolut residual.

Metode uji glejser untuk pengambilan keputusan adalah

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data terjadi heteroskedastisitas.

e. Analisis Regresi

1) Model regresi

Menurut Sugiyono, penelitian ini menggunakan regresi linear sederhana untuk menganalisis data yang melibatkan dua variabel—satu variabel independen dan satu variabel dependen—di mana variabel independen memiliki pengaruh atau hubungan kausal dengan variabel dependen (Sugiyono, 2016: 33).

Persamaan dari regresi linear sederhana adalah:

$$Y = a + bX + e$$

keterangan:

Y : Variabel dependen

X : Variabel independen

e : Error term

a = Konstanta

b = Angka arah koefisien regresi, yang menunjukkan seberapa banyak variabel dependen meningkat atau menurun dibandingkan dengan variabel independen. Dalam kasus di mana b (+) menunjukkan

peningkatan, dan b (-) menunjukkan penurunan, X = subjek pada variabel independen dengan nilai tertentu..

a. R-Square / Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah ukuran seberapa baik model dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar dari nol hingga satu. Jika nilai R² rendah, itu menunjukkan bahwa variabel-variabel independen hanya memberikan sedikit penjelasan tentang variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai R² hampir satu, itu menunjukkan bahwa variabel-variabel independen telah memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen.

b. Uji F / Uji Simultan

Apakah semua variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara keseluruhan, seperti yang ditunjukkan oleh uji statistik F (Sugiyono, 2016: 45). Pengaruh dari variabel Dakwah Persuasif Habib Ja'far dan pemahaman toleransi beragama mahasiswa diukur dengan uji F ini.

Untuk mengevaluasi hipotesis ini, statistik F digunakan dengan rumus berikut:

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

F_n : nilai uji f

R : koefisien analisis regresi

k : jumlah variabel independen

n : jumlah anggota sampel

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

H₀ : Tidak terdapat satupun variabel bebas yang mampu mempengaruhi variabel terikat

H₁ : Terdapat satupun variabel bebas yang mampu mempengaruhi variabel terikat.

c. Uji T / Uji Partial

Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Studi ini juga menilai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji t rumusnya adalah:

$$t_{hitung} = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Keterangan:

t : signifikan pengaruh variabel X terhadap variabel Y

r : nilai koefisien regresi berganda

n : jumlah responden

Kriteria yang ditetapkan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel menggunakan t harga kritis t tabel dengan tingkat signifikan yang telah ditentukan sebesar 0,05 ($\alpha = 0,05$).

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

H0 : Variabel X, tidak mempengaruhi variabel terikat (Y)

H1 : Variabel X, mempengaruhi variabel terikat (Y).

