ABSTRAK

Abdul Hakim Sidiq: Persepsi Mahasiswa terhadap Kegunaan dan Urgensi Jam Digital Masjid sebagai Media Dakwah sebelum dan setelah Paparan Media Simulasi Visual: Studi Pra-Eksperimen pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2022 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

Jam Digital Masjid merupakan perangkat yang menampilkan waktu dan tanggal, jadwal salat, serta hitung mundur menuju azan dan iqamah. Selain fungsi tersebut, perangkat yang dilengkapi fitur *running text* berpotensi dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan keagamaan, seperti kutipan ayat, hadis, dan nasihat singkat. Namun, kajian empiris yang secara khusus membahas persepsi mahasiswa mengenai kegunaan dan urgensi Jam Digital Masjid sebagai media dakwah, terutama sebelum dan setelah paparan media simulasi visual, masih terbatas.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2022 terhadap kegunaan dan urgensi Jam Digital Masjid sebagai media dakwah sebelum dan setelah paparan media simulasi visual, serta menguji perbedaan skor persepsi sebelum dan setelah paparan pada kedua aspek tersebut.

Landasan teoritis penelitian menggunakan teori Stimulus-*Organism*-*Response* (S-O-R) yang menempatkan media simulasi visual sebagai stimulus, proses internal audiens sebagai *Organism*, serta persepsi kegunaan dan urgensi sebagai *Response*. Konsep *perceived usefulness* dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) digunakan secara terbatas untuk mendukung persepsi kegunaan, sedangkan persepsi urgensi dijelaskan melalui aspek tingkat kepentingan, skala prioritas, dan konsekuensi ketidakoptimalan, dengan konsep *sense of urgency* sebagai landasan pendukung.

Penelitian menggunakan metode pra-eksperimen dengan desain *one-group pretest-posttest* terhadap 61 mahasiswa yang dipilih secara purposive. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring dengan skala Likert. Analisis deskriptif menggunakan Tingkat Capaian Responden (TCR), sedangkan perbedaan *pretest* dan *posttest* diuji menggunakan Wilcoxon Signed-Rank Test dan *paired-samples t-test* berdasarkan hasil uji normalitas skor selisih.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berada pada kategori baik, dengan TCR 76,39% pada *pretest* dan 79,78% pada *posttest*. Persepsi urgensi juga berada pada kategori baik, dengan TCR 75,41% pada *pretest* dan 78,14% pada *posttest*. Uji *Wilcoxon* menunjukkan perbedaan signifikan pada persepsi kegunaan (p=0,006; *effect size*=0,351), sedangkan *paired-samples t-test* menunjukkan perbedaan signifikan pada persepsi urgensi (t=2,101; Sig.=0,040; Cohen's dz=0,269). Dengan demikian, skor persepsi pada tahap *posttest* lebih tinggi daripada *pretest*, baik pada aspek kegunaan maupun urgensi Jam Digital Masjid sebagai media dakwah.

Kata Kunci: Jam Digital Masjid; media dakwah; persepsi kegunaan; persepsi urgensi; media simulasi visual.

ABSTRACT

Abdul Hakim Sidiq: University Students' Perceptions of the Usefulness and Urgency of the Mosque Digital Clock as a Da'wah Medium Before and After Exposure to Visual Simulation Media: A Pre-Experimental Study of 2022 Cohort Islamic Communication and Broadcasting Students at Sunan Gunung Djati State Islamic University Bandung

The Mosque Digital Clock is a device that displays the time and date, prayer schedules, and a countdown to the adhan and iqamah. Beyond these functions, devices equipped with a running text feature have the potential to deliver religious messages, such as Quranic verses, hadith, and brief advice. However, empirical studies specifically examining students' perceptions of the usefulness and urgency of the Mosque Digital Clock as a da'wah medium, particularly before and after exposure to visual simulation media, remain limited.

This study aims to describe the perceptions of students in the Islamic Communication and Broadcasting Study Program (2022 cohort) regarding the usefulness and urgency of the Mosque Digital Clock as a da'wah medium before and after exposure to visual simulation media, and to test the differences in perception scores before and after exposure on both aspects.

*The theoretical framework of this study employs the Stimulus-Organism-Response (*S-O-R*) theory, in which visual simulation media serve as the stimulus, the audience's internal processes as the Organism, and the perceptions of usefulness and urgency as the Response. The concept of perceived usefulness from the Technology Acceptance Model (*TAM*) is used in a limited manner to support the perception of usefulness, while the perception of urgency is explained through the aspects of level of importance, priority scale, and consequences of suboptimal use, with the concept of sense of urgency serving as a supporting foundation.*

The study used a pre-experimental method with a one-group pretest-posttest design involving 61 students selected through purposive sampling. Data were collected through an online questionnaire using a Likert scale. Descriptive analysis employed the Respondent Achievement Level (Tingkat Capaian Responden, TCR), while differences between pretest and posttest scores were tested using the Wilcoxon Signed-Rank Test *and the paired-samples t-test, based on the results of normality tests on the difference scores.*

The results showed that the perception of usefulness was in the good category, with a TCR of 76.39% in the pretest and 79.78% in the posttest. The perception of urgency was also in the good category, with a TCR of 75.41% in the pretest and 78.14% in the posttest. TheWilcoxon test indicated a significant difference in the perception of usefulness (p = 0.006; effect size = 0.351), while the paired-samples t-test indicated a significant difference in the perception of urgency (t = 2.101; Sig. = 0.040; Cohen's dz *= 0.269). Thus, perception scores at the posttest stage were higher than at the pretest stage, for both the usefulness and urgency of the Mosque Digital Clock as a da'wah medium.*

Keywords: Mosque Digital Clock, da'wah medium, perceived usefulness, perceived urgency, visual simulation media, S-O-R *theory, pre-experiment.*