BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Memasuki era Masyarakat 5.0 (Society 5.0), pola komunikasi, interaksi sosial, serta cara individu memahami dan memberikan respons terhadap informasi mengalami perubahan. Pada kondisi tersebut, teknologi cerdas semakin terintegrasi dalam kehidupan sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan manusia sekaligus menempatkan manusia sebagai pusat pembangunan sosial (Rahmawan, 2021). Perubahan ini tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis komunikasi, tetapi juga menyentuh proses psikologis audiens, terutama ketika individu membentuk persepsi terhadap media dan pesan yang diterimanya.

Salah satu implikasi paling nyata dari perkembangan tersebut adalah menguatnya dominasi media berbasis visual dalam kehidupan masyarakat. Fenomena ini sering disebut sebagai budaya layar, yaitu kondisi ketika individu semakin bergantung pada stimulus visual untuk menerima, memproses, dan menilai informasi. Dalam konteks komunikasi modern, visual tidak lagi berfungsi sebagai elemen pendukung, melainkan telah menjadi modal utama penyampaian makna. Pesan visual seperti gambar, tipografi, warna, dan komposisi terbukti mampu mempengaruhi opini, sikap, dan perilaku secara lebih efektif daripada pesan verbal yang panjang (Ni'mah, 2016). Kondisi ini menyebabkan audiens modern cenderung lebih responsif terhadap pesan yang disajikan secara visual dibandingkan pesan verbal atau teks panjang.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI

Perubahan pola komunikasi digital juga diikuti oleh semakin luasnya pengertian literasi. UNESCO memandang literasi bukan semata-mata kemampuan membaca dan menulis teks, tetapi juga mencakup kemampuan memahami, menafsirkan, menghasilkan, dan memanfaatkan informasi dalam beragam bentuk serta konteks. Perubahan tersebut berkaitan dengan arus informasi digital yang berlangsung cepat, padat, dan banyak menggunakan simbol visual. Dalam situasi seperti ini, media yang menyampaikan informasi secara singkat, terstruktur, dan mudah dipahami melalui tampilan visual memiliki peluang lebih besar untuk memperoleh perhatian audiens dan selanjutnya dimaknai oleh mereka. Oleh sebab itu, kualitas stimulus visual menjadi salah satu unsur yang turut memengaruhi pembentukan persepsi audiens terhadap suatu media.

Transformasi pola komunikasi berbasis visual tersebut tidak hanya terjadi di ruang privat atau ruang digital, tetapi juga merambah ruang publik, termasuk masjid sebagai institusi sosial-keagamaan. Masjid tidak lagi semata-mata dipahami sebagai ruang ibadah ritual, tetapi juga sebagai ruang komunikasi nilai, pendidikan, dan dakwah. Oleh karena itu, perubahan lanskap komunikasi masyarakat secara tidak langsung menuntut adanya adaptasi media dakwah di lingkungan masjid agar tetap relevan dengan karakteristik audiens kontemporer.

Kondisi ini menghadirkan tantangan sekaligus peluang dalam konteks dakwah Islam. Model dakwah konvensional yang bertumpu pada penyampaian lisan atau teks panjang menghadapi keterbatasan ketika berhadapan dengan audiens yang terbiasa dengan stimulus visual cepat dan berulang. Dakwah

digital menuntut kreativitas, efektivitas penyajian visual, dan kemampuan memahami preferensi audiens agar pesan keagamaan tetap relevan dan dapat menjangkau publik secara luas (Kasir & Awali, 2024). Tanpa adaptasi, terdapat risiko dakwah semakin terpinggirkan di tengah lanskap komunikasi modern.

Kebutuhan untuk menyesuaikan media dakwah dengan karakteristik audiens semakin terlihat dari kondisi digital nasional. Survei Profil Internet Indonesia 2026 yang diterbitkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat penetrasi internet Indonesia sebesar 81,72% dari total populasi atau sekitar 235 juta jiwa. Jumlah tersebut meningkat dibandingkan tahun sebelumnya dan menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia berada dalam lingkungan dengan paparan informasi digital yang tinggi. Kondisi tersebut sekaligus memperlihatkan bahwa audiens masa kini semakin akrab dengan stimulus visual yang bersifat dinamis. Atas dasar itu, strategi dakwah perlu dikembangkan dari pendekatan konvensional menuju pemanfaatan media visual yang lebih sesuai untuk memperoleh perhatian audiens.

Adaptasi media dakwah terhadap kondisi audiens dalam perspektif Komunikasi dan Penyiaran Islam merupakan implementasi dari prinsip dakwah *bil-hikmah*. Sebagaimana termaktub dalam Q.S. An-Nahl ayat 125:

ٱدْعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِٱلْحِكْمَةِ وَٱلْمَوْعِظَةِ ٱلْحَسَنَةِ ۖ وَجَٰدِلْهُم بِٱلَّتِى هِىَ أَحْسَنُ…

"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik..."

Ayat ini menjadi dasar teologis penting dalam menentukan pendekatan dakwah. Dalam kajian kontemporer, hikmah dipahami sebagai kemampuan menyesuaikan cara penyampaian dengan kebutuhan dan situasi objektif mad'u. Dakwah dengan metode hikmah merupakan bentuk dakwah yang kontekstual, yaitu dakwah yang memperhatikan kondisi, suasana, tingkat intelektual, psikologis, serta latar belakang sosial budaya audiens, kemudian menyelaraskan penyampaiannya agar lebih efektif (Ridwan, 2022:80). Dalam realitas komunikasi modern yang didominasi media visual, penggunaan instrumen visual digital dapat dipandang sebagai penerapan nilai hikmah, karena memanfaatkan medium yang paling dekat dan relevan dengan karakteristik masyarakat saat ini sehingga mampu membangkitkan penerimaan pesan secara lebih baik.

Salah satu perangkat di lingkungan masjid yang berpotensi dimanfaatkan sebagai media dakwah visual adalah Jam Digital Masjid. Selain menampilkan informasi waktu salat, perangkat yang dilengkapi fitur *running text* dapat digunakan untuk menyampaikan pesan keagamaan secara singkat. Posisi dan kondisi *display* di setiap masjid dapat berbeda, sehingga penelitian ini tidak mengasumsikan bahwa seluruh jamaah pasti memperhatikan pesan yang ditampilkan.

Pengulangan pesan merupakan salah satu karakteristik penyajian *running text* yang dapat dipertimbangkan dalam perancangan media dakwah visual. Namun, keberadaan repetisi tidak dengan sendirinya membuktikan bahwa pesan akan selalu menarik perhatian, diterima, atau diingat oleh jamaah. Oleh

karena itu, penelitian ini menggunakan media simulasi visual untuk memberikan materi stimulus yang relatif seragam kepada responden, kemudian membandingkan persepsi mereka sebelum dan sesudah paparan.

Sejumlah penelitian mengenai pemanfaatan perangkat digital di lingkungan masjid menunjukkan bahwa fungsi yang banyak dibahas berkaitan dengan penunjuk waktu salat dan penyampaian informasi kepada jamaah. Sementara itu, pemanfaatan fitur *display* atau *running text* untuk menyampaikan pesan keagamaan merupakan salah satu potensi pengembangan media komunikasi di lingkungan masjid. Berbagai studi menunjukkan bahwa fokus utama perangkat digital tersebut masih didominasi oleh fungsi dasarnya, yakni mengingatkan waktu salat dan menampilkan informasi administratif (Ichsan et al., 2021; Winarso et al., 2022).

Di tengah realitas tersebut, efektivitas pesan dakwah pada Jam Digital Masjid dan seberapa jauh hal itu memengaruhi persepsi audiens masih jarang atau belum dikaji secara empiris. Kondisi ini memunculkan pertanyaan mendasar mengenai bagaimana persepsi mahasiswa salah satu kelompok generasi muda dengan latar belakang akademik Komunikasi dan Penyiaran Islam serta calon praktisi dakwah terhadap Jam Digital Masjid jika atensi mereka benar-benar difokuskan pada media tersebut. Untuk mengukur hal ini, penelitian ini menggunakan pendekatan paparan media simulasi visual. Simulasi yang menampilkan Jam Digital Masjid dengan muatan pesan dakwah digunakan sebagai stimulus terstandar untuk memberikan materi visual yang sama kepada seluruh responden. Dengan demikian, penelitian ini dapat

membandingkan skor persepsi responden sebelum dan sesudah paparan, meskipun kondisi penerimaan stimulus pada setiap responden tidak dapat dikendalikan sepenuhnya. Dengan memusatkan perhatian mereka melalui simulasi visual tersebut, penelitian ini bertujuan melihat apakah terdapat perbedaan persepsi mengenai kegunaan dan urgensi jam digital masjid sebelum dan sesudah paparan diberikan.

Permasalahan ini menjadi semakin relevan ketika dikaitkan dengan mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) angkatan 2022 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung sebagai subjek penelitian. Sebagai calon praktisi dakwah, mahasiswa KPI diharapkan memiliki sensitivitas terhadap berbagai bentuk media dakwah, termasuk Jam Digital Masjid. Namun, terdapat indikasi bahwa perhatian mahasiswa terhadap pengembangan media dakwah masih terfokus pada media sosial, sementara media lain seperti Jam Digital Masjid kurang dipersepsikan sebagai media yang penting dan strategis. Untuk memahami persepsi tersebut, penelitian ini menggunakan teori *Stimulus–Organism–Response* (S–O–R), Teori ini menjelaskan bahwa stimulus yang diterima individu diproses melalui kondisi internal *Organism*e sebelum menghasilkan respons. Dalam konteks komunikasi persuasif, Hovland, Janis, dan Kelley (1953) menjelaskan proses penerimaan pesan yang dapat menghasilkan perubahan opini dan sikap pada audiens.

Berdasarkan penelusuran literatur, belum ditemukan penelitian yang secara khusus menguji persepsi kegunaan dan urgensi Jam Digital Masjid setelah audiens diberikan paparan media simulasi visual dalam desain eksperimen.

Mayoritas penelitian sebelumnya berfokus pada media sosial atau bersifat deskriptif tanpa intervensi stimulus. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan penelitian untuk menggambarkan persepsi audiens terhadap Jam Digital Masjid sebelum dan sesudah paparan visual diberikan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dipandang penting dilakukan untuk mendeskripsikan persepsi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2022 terhadap kegunaan dan urgensi Jam Digital Masjid sebagai media dakwah, baik sebelum maupun setelah diberikan paparan media simulasi visual. Tanpa adanya penggambaran tersebut, potensi Jam Digital Masjid sebagai media dakwah visual berisiko belum dimanfaatkan secara optimal. Oleh karena itu, penelitian ini diajukan dengan judul "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)".

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

B. Perumusan Masalah

Setelah memperhatikan uraian mengenai latar belakang permasalahan tersebut, penelitian ini selanjutnya dirumuskan ke dalam beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2022 terhadap kegunaan Jam Digital Masjid sebagai media dakwah sebelum dan sesudah diberikan paparan media simulasi visual?

2. Bagaimana persepsi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2022 terhadap urgensi Jam Digital Masjid sebagai media dakwah sebelum dan sesudah diberikan paparan media simulasi visual?
3. Apakah terdapat perbedaan persepsi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2022 terhadap kegunaan Jam Digital Masjid sebagai media dakwah sebelum dan sesudah diberikan paparan media simulasi visual?
4. Apakah terdapat perbedaan persepsi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2022 terhadap urgensi Jam Digital Masjid sebagai media dakwah sebelum dan sesudah diberikan paparan media simulasi visual?

C. Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah yang telah ditetapkan, penelitian ini memiliki tujuan yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan persepsi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2022 terhadap kegunaan Jam Digital Masjid sebagai media dakwah sebelum dan sesudah diberikan paparan media simulasi visual.
2. Untuk mendeskripsikan persepsi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2022 terhadap urgensi Jam Digital Masjid sebagai media dakwah sebelum dan sesudah diberikan paparan media simulasi visual.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

3. Untuk menguji perbedaan persepsi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2022 terhadap kegunaan Jam Digital Masjid sebagai media dakwah sebelum dan sesudah diberikan paparan media simulasi visual.
4. Untuk menguji perbedaan persepsi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2022 terhadap urgensi Jam Digital Masjid sebagai media dakwah sebelum dan sesudah diberikan paparan media simulasi visual.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam ranah akademis sekaligus manfaat secara praktis, yang diuraikan sebagai berikut.

1. Secara Akademis

   Penelitian ini secara akademis diharapkan dapat turut memperkaya pengembangan kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam, khususnya yang berkaitan dengan persepsi mahasiswa terhadap penggunaan media visual sebagai sarana dakwah di lingkungan masjid. Kajian tentang Jam Digital Masjid selama ini lebih banyak memperhatikan sisi teknis dan administratif. Penelitian ini melengkapinya dengan menghadirkan perspektif mahasiswa melalui konstruk persepsi kegunaan dan persepsi urgensi yang masih relatif terbatas dikaji secara empiris.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memperluas penerapan teori *Stimulus–Organism–Response* (S–O–R) pada konteks media dakwah fisik di lingkungan masjid. Penerapan S–O–R dalam penelitian ini menggunakan paparan media simulasi visual sebagai stimulus dalam desain *one-group pretest–posttest*. Pendekatan tersebut memberikan gambaran mengenai perubahan persepsi mahasiswa terhadap kegunaan dan urgensi Jam Digital Masjid sebelum dan sesudah paparan diberikan. Dengan demikian, penelitian ini juga dapat menjadi salah satu rujukan metodologis bagi penelitian lain yang mengkaji persepsi audiens terhadap bentuk media dakwah yang berbeda.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan empiris bagi mahasiswa, akademisi, dan peneliti selanjutnya. Secara khusus, penelitian ini membuka sejumlah arah penelitian lanjutan yang relevan: (1) replikasi dengan desain dua kelompok (*two-group experimental design*) untuk memperkuat validitas internal; (2) perluasan subjek penelitian kepada jamaah masjid umum guna memperoleh generalisasi yang lebih luas; serta (3) pengembangan variabel penelitian ke arah niat perilaku (*behavioral intention*) pengurus masjid dalam mengoptimalkan Jam Digital Masjid sebagai media dakwah.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

2. Secara Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan yang relevan bagi berbagai pihak yang secara langsung berkaitan dengan pemanfaatan Jam Digital Masjid sebagai media dakwah.

Bagi pengelola dan pengurus masjid, hasil penelitian mengenai persepsi mahasiswa terhadap kegunaan dan urgensi Jam Digital Masjid sebagai media dakwah dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengembangkan pemanfaatan perangkat tersebut sebagai salah satu media penyampaian pesan dakwah di lingkungan masjid. Temuan mengenai persepsi kegunaan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan bentuk dan jenis konten visual yang akan ditampilkan, sehingga fungsi Jam Digital Masjid dapat dikembangkan tidak hanya sebagai penunjuk waktu salat, tetapi juga sebagai sarana penyampaian pesan dakwah yang informatif dan kontekstual.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Bagi praktisi dakwah dan pengembang konten dakwah digital, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merancang pesan dakwah visual yang disesuaikan dengan karakteristik media dan kebutuhan audiens. Temuan penelitian mengenai perubahan persepsi sebelum dan sesudah paparan media simulasi visual dapat memberikan gambaran mengenai pentingnya penyajian pesan secara terstruktur dalam konteks pemanfaatan media dakwah visual.

Bagi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung, penelitian ini dapat menjadi referensi dalam pengembangan kajian media dakwah dengan pendekatan kuantitatif dan pra-eksperimental, sekaligus menjadi dokumentasi empiris mengenai persepsi mahasiswa KPI terhadap Jam Digital Masjid sebagai salah satu media dakwah di lingkungan masjid.

E. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini disusun berdasarkan pemikiran bahwa persepsi mahasiswa terhadap suatu media dakwah dapat dijelaskan melalui proses komunikasi yang melibatkan stimulus eksternal dan proses internal individu. Oleh karena itu, kerangka pemikiran penelitian ini mengacu pada teori komunikasi yang relevan untuk menjelaskan hubungan antara paparan media simulasi visual dengan respons mahasiswa yang diukur melalui persepsi terhadap kegunaan dan urgensi Jam Digital Masjid sebagai media dakwah.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

1. Kerangka Teoretikal

Landasan utama penelitian ini adalah Teori *Stimulus–Organism–Response* (S–O–R), yang digunakan untuk menjelaskan proses komunikasi Ketika stimulus eksternal diterima individu (S), pemrosesan internal dalam diri individu (O), dan respons yang muncul sebagai hasil akhir yang dapat diamati (R).

Dalam konteks penelitian ini, kerangka S–O–R dioperasionalisasikan sebagai berikut:

- Stimulus (S) berupa paparan media simulasi visual Jam Digital Masjid, yaitu video yang menampilkan Jam Digital Masjid dengan muatan pesan dakwah. Paparan ini diberikan kepada seluruh responden sebagai perlakuan (*treatment*) dalam desain *one-group pretest-posttest* dengan menggunakan materi visual yang sama. karena penelitian dilaksanakan secara daring, kondisi penerimaan stimulus, seperti perangkat yang digunakan, kualitas jaringan, ukuran layar, dan tingkat perhatian responden, tidak dapat dikendalikan sepenuhnya.
- *Organism* (O) merujuk pada proses internal yang berlangsung dalam diri mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2022 ketika menerima dan memproses stimulus visual yang diberikan. Proses internal tersebut secara teoretis mencakup aspek kognitif berupa perhatian terhadap tampilan visual Jam Digital Masjid dan pemaknaan terhadap fungsi serta potensinya sebagai media dakwah, serta aspek afektif berupa penilaian subjektif terhadap relevansi dan kepentingan pemanfaatan Jam Digital Masjid dalam praktik dakwah. Proses internal tersebut tidak diukur sebagai variabel tersendiri dalam penelitian ini, tetapi digunakan sebagai mekanisme teoretis yang menjembatani stimulus dengan respons yang diamati.
- *Response* (R) merupakan respons yang dapat diamati dan diukur dalam penelitian setelah responden menerima stimulus. Dalam penelitian ini,

UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

respons yang dikaji terdiri atas dua konstruk, yaitu persepsi terhadap kegunaan dan persepsi terhadap urgensi Jam Digital Masjid sebagai media dakwah. Kedua konstruk tersebut diukur menggunakan instrumen kuesioner berskala Likert pada dua tahap pengukuran, yaitu *pretest* dan *posttest*, untuk melihat perbedaan skor sebelum dan sesudah paparan media simulasi visual.

Penggunaan *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam penelitian ini bersifat terbatas dan tidak dimaksudkan untuk menguji keseluruhan konstruk penerimaan teknologi. TAM digunakan secara selektif untuk mendukung operasionalisasi persepsi terhadap kegunaan sebagai bagian dari proses kognitif dalam kerangka S–O–R. Dengan demikian, TAM berfungsi sebagai teori pendukung, sementara kerangka utama penelitian tetap menggunakan teori S–O–R.

Komponen *Organism* dalam penelitian ini hanya digunakan sebagai mekanisme teoretis untuk menjelaskan proses penerimaan stimulus menurut teori S–O–R. Komponen tersebut tidak diukur sebagai variabel tersendiri maupun melalui instrumen penelitian. Oleh karena itu, uraian mengenai proses internal responden pada bagian ini berfungsi sebagai landasan konseptual, bukan sebagai hasil empiris yang diuji dalam penelitian.

Melalui kerangka pemikiran ini, paparan media simulasi visual Jam Digital Masjid diposisikan sebagai stimulus yang secara teoretis berkaitan dengan proses kognitif dan afektif individu sebagaimana dijelaskan dalam teori S–O–R. Respons yang diamati dalam penelitian ini berupa persepsi

mahasiswa terhadap kegunaan dan urgensi Jam Digital Masjid sebagai media dakwah, yang diukur melalui *pretest* dan *posttest* untuk melihat perbedaan skor sebelum dan sesudah paparan diberikan.

2. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian ini dirancang sebagai gambaran mengenai keterkaitan antarvariabel yang diteliti secara operasional, dengan mengacu pada landasan teori yang telah dijelaskan pada subbab sebelumnya. Penelitian ini berpijak pada asumsi bahwa persepsi mahasiswa terhadap suatu media dakwah merupakan hasil dari proses komunikasi yang melibatkan stimulus eksternal, pemrosesan internal individu, dan respons yang ditunjukkan setelah menerima stimulus tersebut.

Dalam konteks penelitian ini, Jam Digital Masjid diposisikan sebagai media dakwah berbasis visual yang memiliki potensi strategis dalam menyampaikan pesan keagamaan secara nonverbal dan kontekstual. Namun, pemaknaan terhadap media tersebut tidak bersifat otomatis, melainkan dipengaruhi oleh bagaimana media tersebut dipresentasikan dan dipersepsikan oleh audiens. Dalam penelitian ini, paparan media simulasi visual Jam Digital Masjid digunakan sebagai perlakuan untuk menyeragamkan stimulus visual yang diberikan kepada seluruh responden sebelum pelaksanaan *posttest*. Meskipun demikian, karena penelitian dilaksanakan secara daring, kondisi penerimaan stimulus, seperti perangkat yang digunakan, kualitas jaringan, ukuran layar, maupun tingkat perhatian

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

responden, tidak dapat dikendalikan sepenuhnya. Oleh sebab itu, simulasi visual digunakan sebagai upaya menyeragamkan materi yang diberikan kepada responden, bukan untuk menjamin bahwa seluruh responden menerima stimulus dalam kondisi yang benar-benar identik.

Kerangka konseptual penelitian ini mengacu pada pendekatan *Stimulus–Organism–Response* (S–O–R). Paparan media simulasi visual Jam Digital Masjid berfungsi sebagai stimulus (S) yang diberikan kepada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2022. Stimulus tersebut kemudian diproses melalui mekanisme internal individu sebagai *Organism* (O), yang melibatkan proses kognitif berupa atensi dan elaborasi informasi visual, serta proses afektif berupa penilaian subjektif terhadap relevansi dan kepentingan Jam Digital Masjid sebagai media dakwah. Hasil dari proses internal tersebut termanifestasi dalam bentuk respons (R) yang dapat diamati dan diukur, yaitu persepsi kegunaan dan persepsi urgensi Jam Digital Masjid sebagai media dakwah, yang dikuantifikasikan melalui skor kuesioner pada tahap *pretest* dan *posttest*.

Respons yang dikaji dalam penelitian ini difokuskan pada dua konstruk utama, yaitu persepsi kegunaan dan persepsi urgensi. Persepsi kegunaan merujuk pada penilaian mahasiswa mengenai sejauh mana Jam Digital Masjid dipandang memiliki manfaat dan fungsi yang relevan sebagai media dakwah. Konstruk ini dioperasionalisasikan dengan mengacu pada konsep *perceived usefulness* dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), yang digunakan secara terbatas sebagai kerangka konseptual pendukung.

Sementara itu, persepsi urgensi merujuk pada penilaian mahasiswa mengenai tingkat kepentingan dan prioritas pemanfaatan Jam Digital Masjid sebagai media dakwah dalam konteks dakwah kontemporer.

Dalam kerangka konseptual ini, persepsi terhadap kegunaan dan persepsi terhadap urgensi diposisikan sebagai dua variabel terikat yang berdiri sejajar, sedangkan paparan media simulasi visual Jam Digital Masjid diposisikan sebagai perlakuan atau variabel bebas. Kedua variabel terikat tersebut diukur sebelum dan sesudah pemberian perlakuan untuk melihat perbedaan skor persepsi mahasiswa.

Secara operasional, kerangka konseptual penelitian ini menggambarkan bahwa kondisi awal persepsi mahasiswa diukur melalui *pretest*, kemudian mahasiswa diberikan perlakuan berupa paparan media simulasi visual Jam Digital Masjid, dan selanjutnya dilakukan pengukuran kembali melalui *posttest*. Perbedaan antara hasil *pretest* dan *posttest* digunakan sebagai dasar untuk menilai perbedaan persepsi kegunaan dan persepsi urgensi Jam Digital Masjid sebagai media dakwah.

Dengan demikian, dalam kerangka konseptual penelitian ini, paparan media simulasi visual Jam Digital Masjid ditetapkan sebagai variabel bebas (independen), sedangkan persepsi kegunaan dan persepsi urgensi mahasiswa terhadap Jam Digital Masjid sebagai media dakwah ditetapkan sebagai variabel terikat (dependen). Perbedaan skor sebelum dan sesudah pemberian perlakuan dianalisis sesuai dengan desain *one-group pretest–posttest* yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, paparan

media simulasi visual tidak diukur melalui skor kuesioner, melainkan diberikan sebagai perlakuan (*treatment*) kepada seluruh responden di antara pelaksanaan *pretest* dan *posttest*. Oleh karena itu, fokus analisis diarahkan pada perbedaan skor persepsi mahasiswa sebelum dan sesudah pemberian perlakuan.

Kerangka konseptual ini selanjutnya menjadi dasar dalam penyusunan indikator variabel, instrumen pengukuran, serta teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Tabel 1.1 Matriks Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala	Item Kuesioner
1	Paparan Media Simulasi Visual Jam Digital Masjid (X)	Perlakuan berupa penyajian konten visual JDM melalui video 60 detik memuat pesan dakwah, teks berjalan, dan jadwal sebagai stimulus terkontrol yang identik bagi responden.	1. Visual Jam Digital Masjid utuh. 2. Durasi ± 60 detik. 3. Muatan pesan dakwah.	Perlakuan	-
2	Persepsi Kegunaan Jam Digital Masjid sebagai Media Dakwah (Y1)	Penilaian kognitif mahasiswa mengenai sejauh mana pemanfaatan JDM memberikan manfaat dan efektivitas secara nyata dalam aktivitas komunikasi keagamaan.	1. Peningkatan Pemahaman Kognisi. 2. Efektivitas dan Daya Tarik Pesan. 3. Kemudahan Distribusi Informasi. 4. Penguatan Daya Ingat (Memori).	Likert 1-5 (STS-SS)	Item 1- 6
3	Persepsi Urgensi Jam Digital Masjid sebagai Media	Penilaian afektif mahasiswa mengenai tingkat keterdesakan, prioritas,	1. Tingkat Kepentingan saat ini. 2. Skala Prioritas.	Likert 1-5 (STS-SS)	Item 7 - 12

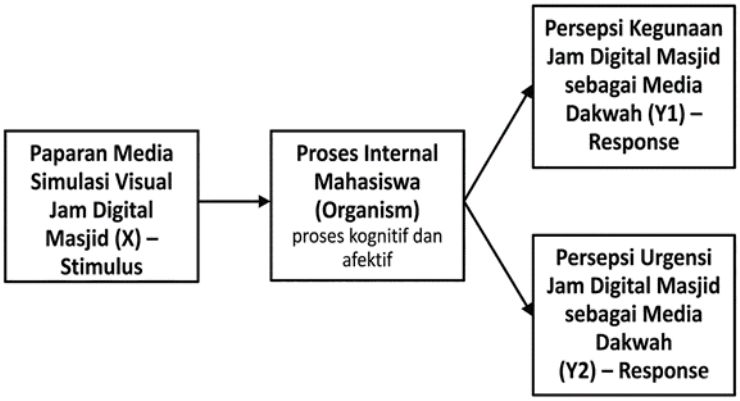
	Dakwah (Y2)	dan konsekuensi pemanfaatan Jam Digital Masjid dalam merespons tantangan dakwah kontemporer.	3. Dampak Ketidakoptimalan (Risiko).		

Sebagai dasar untuk mengoperasionalkan variabel penelitian, disusun matriks operasional variabel yang menjelaskan definisi operasional, indikator, dan skala pengukuran masing-masing variabel. Paparan media simulasi visual Jam Digital Masjid diposisikan sebagai variabel bebas berupa perlakuan (*treatment*) dalam desain eksperimen. Sementara itu, persepsi kegunaan dan persepsi urgensi mahasiswa terhadap Jam Digital Masjid sebagai media dakwah diposisikan sebagai variabel terikat yang diukur melalui instrumen kuesioner dengan skala Likert.

Pengukuran terhadap variabel terikat dilakukan dua kali, yaitu sebelum (*pretest*) dan sesudah (*posttest*) pemberian paparan media simulasi visual. Perbandingan hasil *pretest* dan *posttest* digunakan untuk menilai perbedaan persepsi mahasiswa sebagai respons terhadap perlakuan yang diberikan, sesuai dengan desain penelitian *one-group pretest–posttest*.

Untuk memperjelas alur hubungan antarvariabel dalam penelitian ini, selanjutnya disajikan gambar kerangka pemikiran penelitian yang

menggambarkan posisi stimulus, *Organism*, dan respons dalam proses komunikasi yang diteliti.



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran

F. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah disusun serta desain penelitian pra-eksperimen dengan model *one-group pretest–posttest*, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. H_{o1}: Tidak terdapat perbedaan skor persepsi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2022 terhadap kegunaan Jam Digital Masjid sebagai media dakwah sebelum dan sesudah diberikan paparan media simulasi visual.
2. H_{a1}: Terdapat perbedaan skor persepsi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2022 terhadap kegunaan Jam Digital Masjid sebagai media dakwah sebelum dan sesudah diberikan paparan media simulasi visual.

3. H_{o2}: Tidak terdapat perbedaan skor persepsi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2022 terhadap urgensi Jam Digital Masjid sebagai media dakwah sebelum dan sesudah diberikan paparan media simulasi visual.
4. H_{a2}: Terdapat perbedaan skor persepsi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2022 terhadap urgensi Jam Digital Masjid sebagai media dakwah sebelum dan sesudah diberikan paparan media simulasi visual.

G. Langkah-Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada sejumlah pertimbangan akademis dan metodologis yang berkaitan langsung dengan relevansi institusi terhadap objek penelitian.

Pertama, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung memiliki bidang kajian yang berkaitan dengan komunikasi dalam perspektif Islam, termasuk kajian media dakwah, strategi dakwah, manajemen dakwah, tabligh multiplatform, dan penyiaran Islam. Relevansi bidang keilmuan tersebut menjadikan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam sebagai lokasi yang sesuai untuk penelitian mengenai persepsi mahasiswa terhadap Jam Digital Masjid sebagai media dakwah,

karena mahasiswa memperoleh pengetahuan yang berkaitan dengan komunikasi dan pemanfaatan media dalam kegiatan dakwah.

Kedua, UIN Sunan Gunung Djati Bandung dipilih sebagai lokasi penelitian karena populasi yang menjadi sasaran penelitian berada dalam lingkungan institusi tersebut. Selain itu, karakteristik perguruan tinggi Islam negeri ini memiliki relevansi dengan konteks penelitian yang mengkaji komunikasi, penyiaran Islam, dan pemanfaatan media dalam kegiatan dakwah. Pemilihan lokasi ini tidak dimaksudkan untuk menyatakan bahwa perguruan tinggi lain tidak relevan, melainkan untuk menetapkan konteks institusional yang sesuai dengan batas populasi penelitian.

Ketiga, pemilihan lokasi penelitian juga mempertimbangkan aksesibilitas dan keterjangkauan penelitian. Peneliti merupakan bagian dari civitas akademik Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung sehingga akses komunikasi dengan subjek penelitian dan sumber informasi pendukung dapat dilakukan secara lebih efisien. Selain itu, pengumpulan data dilaksanakan secara daring, sehingga keterjangkauan komunikasi dengan responden yang berada dalam lingkungan institusi yang sama menjadi salah satu faktor yang mendukung pelaksanaan penelitian.

2. Paradigma Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme, yaitu paradigma yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang bersifat objektif dan dapat diukur secara empiris melalui prosedur ilmiah. Paradigma ini menekankan pada pengukuran fenomena sosial secara terstruktur dan sistematis, serta analisis data berdasarkan fakta yang terobservasi.

Menurut Sugiyono (2019:9), "Paradigma positivistik digunakan dalam penelitian kuantitatif, karena berasumsi bahwa gejala sosial dapat diukur, diklasifikasikan, dan dianalisis secara objektif."

Sejalan dengan paradigma tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain pra-eksperimen. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengukuran perbedaan persepsi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2022 terhadap Jam Digital Masjid sebagai media dakwah sebelum dan sesudah diberikan paparan media simulasi visual.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Pendekatan ini digunakan untuk mengukur dan membandingkan skor persepsi mahasiswa pada dua kondisi pengukuran, yaitu sebelum dan sesudah pemberian perlakuan. Perbedaan skor tersebut diukur secara terstruktur melalui instrumen kuesioner pada tahap *pretest* dan *posttest*, kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik yang sesuai untuk data berpasangan.

Dengan demikian, pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh gambaran terukur mengenai persepsi mahasiswa terhadap kegunaan dan urgensi Jam Digital Masjid sebagai media dakwah pada kondisi sebelum dan sesudah paparan media simulasi visual, sesuai dengan tujuan penelitian dan desain *one-group pretest–posttest* yang diterapkan.

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pra-eksperimen (*pre-experimental method*) dengan desain *one-group pretest–posttest*. Pemilihan metode pra-eksperimen didasarkan pada pertimbangan bahwa penelitian ini tidak menggunakan kelompok kontrol, melainkan berfokus pada pengukuran perbedaan persepsi dalam satu kelompok subjek yang sama setelah perlakuan diberikan. Sugiyono (2019:113) mengklasifikasikan desain *one-group pretest–posttest* sebagai bagian dari metode pra-eksperimen, yaitu desain yang belum memenuhi syarat eksperimen sungguhan karena tidak melibatkan kelompok kontrol dan randomisasi penuh.

Penggunaan metode pra-eksperimen dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji perbedaan skor persepsi mahasiswa terhadap kegunaan dan urgensi Jam Digital Masjid sebagai media dakwah antara kondisi sebelum dan sesudah perlakuan. Desain *one-group pretest–posttest*

memungkinkan peneliti membandingkan skor persepsi responden pada dua waktu pengukuran dalam kelompok yang sama.

Desain penelitian yang digunakan dapat digambarkan dengan notasi sebagai berikut:

$$\mathbf{O_1 \rightarrow X \rightarrow O_2}$$

Keterangan:

- **O_1** = pengukuran awal (*pretest*) persepsi mahasiswa terhadap kegunaan dan urgensi Jam Digital Masjid sebagai media dakwah;
- **X** = perlakuan berupa paparan media simulasi visual Jam Digital Masjid;
- **O_2** = pengukuran akhir (*posttest*) persepsi mahasiswa terhadap kegunaan dan urgensi Jam Digital Masjid sebagai media dakwah.

Desain ini tidak menggunakan kelompok kontrol sehingga perbandingan dilakukan pada skor *pretest* dan *posttest* dari kelompok responden yang sama. Dengan demikian, analisis penelitian diarahkan pada pengujian perbedaan skor persepsi mahasiswa antara kondisi sebelum dan sesudah pemberian perlakuan.

Meskipun demikian, peneliti menyadari bahwa desain *one-group pretest–posttest* tanpa kelompok kontrol memiliki sejumlah keterbatasan dalam hal validitas internal. Setidaknya terdapat tiga ancaman validitas internal yang relevan untuk dipertimbangkan dalam penelitian ini.

SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Pertama, *testing effect*, yaitu kemungkinan bahwa skor *posttest* dipengaruhi oleh pengalaman responden ketika mengerjakan *pretest*. Ancaman ini tidak dapat dihilangkan sepenuhnya dalam desain *one-group pretest–posttest* karena responden menerima instrumen yang sama pada dua waktu pengukuran. Dalam penelitian ini, *pretest*, pemberian stimulus, dan *posttest* dilaksanakan dalam satu rangkaian sesi yang berurutan untuk menjaga konsistensi prosedur penelitian.

Kedua, *history effect*, yaitu kemungkinan adanya peristiwa eksternal di antara *pretest* dan *posttest* yang dapat memengaruhi respons responden. Kemungkinan tersebut diminimalkan dengan melaksanakan *pretest*, pemberian stimulus, dan *posttest* dalam satu rangkaian sesi yang berurutan, sehingga interval antara kedua pengukuran relatif singkat. Meskipun demikian, pengaruh eksternal tidak dapat dinyatakan sepenuhnya tidak ada.

Ketiga, *instrumentation effect*, yaitu kemungkinan perubahan skor yang disebabkan oleh perubahan alat atau prosedur pengukuran. Dalam penelitian ini, instrumen kuesioner yang sama digunakan pada tahap *pretest* dan *posttest* untuk menjaga konsistensi alat ukur, sehingga kemungkinan perbedaan skor akibat perubahan instrumen dapat diminimalkan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data tersebut berupa skor hasil pengisian kuesioner yang mengukur persepsi mahasiswa terhadap kegunaan dan urgensi Jam Digital Masjid sebagai media dakwah. Skor diperoleh dari jawaban responden terhadap pernyataan yang disusun menggunakan skala Likert.

Pemilihan data kuantitatif didasarkan pada tujuan penelitian yang berfokus pada pengukuran dan perbandingan skor persepsi mahasiswa secara terstruktur. Data numerik memungkinkan peneliti melakukan analisis statistik untuk membandingkan skor persepsi responden sebelum (*pretest*) dan sesudah (*posttest*) diberikan paparan media simulasi visual.

b. Sumber Data

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder yang saling melengkapi.

1) Sumber Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian dan dikumpulkan oleh peneliti melalui prosedur pengukuran yang telah ditetapkan. Dalam konteks penelitian kuantitatif, data primer berupa respon numerik yang

mencerminkan penilaian subjektif responden terhadap objek penelitian.

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2022 Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung sebagai responden penelitian. Data primer diperoleh melalui pengisian kuesioner pada dua tahap pengukuran, yaitu *pretest* dan *posttest*. *Pretest* dilakukan sebelum responden diberikan paparan media simulasi visual Jam Digital Masjid, sedangkan *posttest* dilakukan setelah perlakuan diberikan untuk mengukur kembali skor persepsi mahasiswa terhadap kegunaan dan urgensi Jam Digital Masjid sebagai media dakwah.

2) Sumber Data Sekunder

Selain data primer, penelitian ini juga memanfaatkan data sekunder sebagai data pendukung. Data sekunder diperoleh melalui studi literatur yang bertujuan untuk memperkuat landasan teoretis dan konseptual penelitian. Sumber data sekunder meliputi buku teks, artikel ilmiah, jurnal penelitian, skripsi, dokumen resmi, serta sumber daring yang relevan dengan kajian komunikasi dan penyiaran Islam, media dakwah visual, teori persepsi, teori komunikasi, dan pemanfaatan teknologi di lingkungan masjid.

Data sekunder digunakan untuk mendukung penyusunan kerangka pemikiran, penyusunan instrumen penelitian, serta penafsiran hasil penelitian.

5. Populasi dan Sampel

Populasi adalah area generalisasi di mana terdapat objek atau subjek yang memiliki karakteristik kualitas tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulan (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) angkatan 2022 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung yang berdasarkan data yang digunakan dalam penelitian Iqomah (2026) berjumlah 158 mahasiswa.

Pemilihan mahasiswa sebagai subjek penelitian didasarkan pada tujuan penelitian yang berfokus pada pengukuran persepsi kelompok audiens terhadap potensi pemanfaatan Jam Digital Masjid sebagai media dakwah. Dalam penelitian ini, mahasiswa ditempatkan sebagai kelompok responden yang memberikan penilaian terhadap pesan dakwah yang disajikan melalui media simulasi visual. Oleh karena itu, subjek penelitian tidak dimaksudkan untuk mewakili seluruh jamaah masjid atau masyarakat umum, melainkan untuk menggambarkan persepsi kelompok mahasiswa yang menjadi sasaran penelitian.

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) dipilih karena karakteristik keilmuannya memiliki keterkaitan dengan bidang komunikasi, penyiaran Islam, media, dan dakwah. Kesesuaian tersebut menjadikan mahasiswa KPI relevan untuk memberikan penilaian terhadap pemanfaatan Jam Digital Masjid sebagai saluran penyampaian pesan dakwah secara visual. Pemilihan mahasiswa KPI bukan didasarkan pada anggapan bahwa mahasiswa dari program studi lain tidak dapat memberikan penilaian, tetapi karena fokus keilmuan KPI memiliki hubungan dengan objek yang dikaji dalam penelitian ini.

Angkatan 2022 ditetapkan sebagai batas populasi penelitian karena penelitian ini diarahkan pada satu kelompok mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang memiliki kesamaan program studi dan tahun masuk. Pada saat penelitian dilaksanakan, yaitu tanggal 28 Juli sampai dengan 3 Agustus 2026, mahasiswa angkatan 2022 berada pada semester 8. Status tersebut menjadi salah satu pertimbangan dalam menentukan kelompok subjek penelitian karena mereka telah menjalani proses perkuliahan di Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam waktu relatif lebih panjang. Dengan demikian, mahasiswa telah memperoleh pengalaman akademis dalam lingkungan keilmuan komunikasi, media, dan dakwah yang relevan dengan fokus penelitian.

Selain itu, pembatasan pada angkatan 2022 dilakukan agar cakupan populasi penelitian dapat ditentukan secara jelas dan terukur. Berdasarkan data yang digunakan dalam penelitian, jumlah mahasiswa KPI angkatan

2022 adalah 158 orang. Pemilihan angkatan tersebut bukan didasarkan pada anggapan bahwa mahasiswa angkatan 2022 lebih unggul atau lebih relevan dibandingkan angkatan lainnya, melainkan sebagai pembatasan ruang lingkup penelitian. Oleh karena itu, hasil penelitian ini menggambarkan persepsi mahasiswa KPI angkatan 2022 UIN Sunan Gunung Djati Bandung dan tidak dimaksudkan untuk digeneralisasikan kepada seluruh mahasiswa atau jamaah masjid.

Dalam penelitian ini, pemilihan responden dilakukan secara purposive. Teknik *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti (Sugiyono, 2019). Kriteria responden meliputi mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2022 yang bersedia mengikuti seluruh rangkaian penelitian, mulai dari pengisian *pretest*, menerima paparan media simulasi visual, hingga mengisi *posttest* secara lengkap. Karena pemilihan responden dilakukan secara nonprobabilitas dan tidak secara acak, hasil penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menghasilkan generalisasi statistik di luar karakteristik populasi penelitian.

Untuk menentukan target jumlah responden, penelitian ini menggunakan rumus Slovin sebagai pendekatan praktis berdasarkan jumlah populasi. Dengan jumlah populasi 158 mahasiswa dan tingkat kelonggaran 10%, diperoleh jumlah 61,24 yang kemudian dibulatkan menjadi 61 responden.

$$n=\frac{N}{1+N(e)^2}=\frac{158}{1+158(0,1)^2}=\frac{158}{1+158(0,01)}=\frac{158}{1+1,58}=\frac{158}{2,58}=61,24\approx 61$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel yang diperlukan

N : Jumlah populasi

e : Tingkat kelonggaran/error

Angka 61 responden digunakan sebagai target operasional jumlah responden yang diperlukan dalam penelitian, bukan sebagai dasar untuk menyatakan bahwa sampel memiliki *margin of error* tertentu atau untuk menjamin keterwakilan populasi secara statistik, karena teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Ukuran tersebut juga berada dalam rentang ukuran sampel yang dianggap layak untuk penelitian sosial mengacu pada pendapat Roscoe (1982) dalam Research Methods for Business yang dikutip oleh Sugiyono (2019), yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian perilaku dan sosial berada pada kisaran 30 hingga 500 responden, sehingga digunakan sebagai pertimbangan pendukung dalam penetapan target jumlah responden.

Penyebaran kuesioner dilakukan secara daring melalui grup WhatsApp mahasiswa KPI angkatan 2022 dan pesan pribadi kepada anggota grup. Setelah proses pengumpulan data selesai, dilakukan *screening question* dan *data cleaning* terhadap respons yang tidak memenuhi kriteria penelitian, sehingga diperoleh 61 data responden yang layak dianalisis. Seluruh tahapan dilakukan melalui Google Form dalam satu rangkaian waktu yang sama.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket). Kuesioner disusun dalam bentuk pernyataan tertutup menggunakan skala Likert untuk mengukur persepsi mahasiswa terhadap kegunaan dan urgensi Jam Digital Masjid sebagai media dakwah. Penggunaan skala Likert dipilih untuk memperoleh data kuantitatif berupa skor penilaian responden yang dapat dianalisis secara statistik.

Menurut Sugiyono (2019:199), "Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya." Sejalan dengan pendapat tersebut, kuesioner dalam penelitian ini digunakan sebagai instrumen utama untuk memperoleh data persepsi mahasiswa pada tahap *pretest* dan *posttest*.

Pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan media Google Form dan dilaksanakan dalam satu rangkaian waktu yang sama. Proses pengumpulan data terdiri atas tiga tahap, yaitu:

1) pengisian kuesioner *pretest*, Pada tahap ini, responden mengisi seluruh butir pernyataan yang mengukur persepsi mahasiswa terhadap kegunaan dan urgensi Jam Digital Masjid sebagai media dakwah sebelum diberikan perlakuan.
2) pemberian stimulus berupa paparan media simulasi visual Jam Digital Masjid, Pada tahap ini, responden diberikan stimulus berupa paparan media simulasi visual Jam Digital Masjid dalam bentuk video berdurasi

±60 detik. Video disisipkan pada halaman transisi antara *pretest* dan *posttest* dalam Google Form sehingga seluruh tahapan dapat diakses dalam satu alur. Responden diminta mengonfirmasi bahwa video telah ditonton secara utuh sebelum melanjutkan ke tahap *posttest*.

3) pengisian kuesioner *posttest*, Pada tahap ini, responden mengisi kembali butir pernyataan yang sama dengan *pretest* untuk mengukur persepsi mahasiswa terhadap kegunaan dan urgensi Jam Digital Masjid sebagai media dakwah setelah memperoleh paparan media simulasi visual.

Seluruh tahapan penelitian dilaksanakan dalam satu sesi secara berurutan dan tidak terputus, mulai dari *pretest*, pemberian stimulus, hingga *posttest*. Pengumpulan data dilakukan hingga jumlah responden yang memenuhi kriteria penelitian mencapai jumlah sampel minimum yang telah ditetapkan. Setelah proses pengumpulan data selesai, dilakukan *data cleaning* untuk mengeluarkan respons yang tidak memenuhi kriteria penelitian, termasuk responden yang bukan mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2022, respons duplikat, serta respons yang tidak menyelesaikan seluruh tahapan penelitian. Setelah proses tersebut diperoleh 61 data responden yang layak dianalisis. Data dari responden yang tidak menyelesaikan seluruh tahapan secara utuh secara otomatis tidak tersimpan datanya dan tidak diikutsertakan dalam analisis.

Sebelum pengisian kuesioner, responden diberikan *screening question* untuk memastikan kesesuaian karakteristik responden dengan kriteria penelitian, yaitu mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran

Islam angkatan 2022. Respons yang tidak memenuhi kriteria tersebut tidak diikutsertakan dalam analisis pada tahap *data cleaning*.

Instrumen kuesioner yang digunakan pada tahap *pretest* dan *posttest* memiliki butir pernyataan yang sama. Kesamaan instrumen tersebut digunakan untuk menjaga konsistensi alat ukur antara kedua tahap pengukuran, sehingga perbedaan skor dapat dibandingkan dengan menggunakan instrumen yang sama. Dengan demikian, seluruh data dikumpulkan melalui prosedur yang sama pada seluruh responden sesuai dengan desain pra-eksperimen *one-group pretest–posttest* yang digunakan dalam penelitian ini.

7. Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menilai ketepatan setiap butir pernyataan dalam mengukur konstruk penelitian. Dalam penelitian ini, validitas item diuji menggunakan *Corrected Item-Total Correlation*. Pengujian dilakukan dengan melihat korelasi antara skor setiap item dengan skor total konstruk setelah skor item yang bersangkutan dikeluarkan dari perhitungan skor total. Item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai *Corrected Item-Total Correlation* ≥ 0,30.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai konsistensi internal instrumen dalam mengukur konstruk penelitian. Reliabilitas instrumen diuji menggunakan koefisien Cronbach's Alpha karena instrumen terdiri atas beberapa butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur konstruk yang sama. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha ≥ 0,70.

Instrumen kuesioner yang digunakan pada tahap *pretest* dan *posttest* memiliki butir pernyataan yang sama. Oleh karena itu, pengujian validitas dan reliabilitas instrumen dilakukan satu kali terhadap instrumen yang digunakan dalam kedua tahap pengukuran. Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan menggunakan data yang diperoleh dari responden penelitian. Hasil pengujian tersebut digunakan untuk menilai kelayakan butir pernyataan dan konsistensi internal instrumen yang digunakan dalam pengukuran persepsi mahasiswa.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini disesuaikan dengan tujuan penelitian, jenis data, serta desain penelitian eksperimen *one-group pretest–posttest*. Data yang dianalisis merupakan data kuantitatif berupa skor persepsi mahasiswa terhadap kegunaan dan urgensi Jam Digital Masjid sebagai media dakwah sebelum (*pretest*) dan sesudah (*posttest*) diberikan paparan media simulasi visual.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahap sebagai berikut.

a. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data penelitian pada tahap *pretest* dan *posttest* menggunakan analisis deskriptif berupa Tingkat Capaian Responden (TCR). Analisis TCR digunakan untuk menggambarkan tingkat persepsi responden terhadap setiap item pernyataan dan variabel penelitian berdasarkan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal.

TCR = (Skor Aktual / Skor Ideal) × 100%

Skor ideal diperoleh dari jumlah responden dikalikan skor maksimum skala Likert pada masing-masing item yang dianalisis. Dalam penelitian ini, kategori 85–100 persen dinilai sangat baik, 66–84 persen baik, 51–65 persen cukup atau netral, 36–50 persen kurang baik, dan 0–35 persen tidak baik.

Hasil analisis TCR digunakan untuk menggambarkan tingkat persepsi mahasiswa terhadap kegunaan dan urgensi Jam Digital Masjid sebagai media dakwah pada kondisi sebelum dan sesudah paparan media simulasi visual. Analisis TCR bersifat deskriptif dan tidak digunakan untuk menguji hipotesis penelitian, melainkan untuk menggambarkan tingkat persepsi responden pada masing-masing konstruk.

b. Uji Prasyarat Analisis

Sebelum dilakukan analisis statistik inferensial, data terlebih dahulu diuji untuk menentukan teknik analisis yang sesuai dengan karakteristik data penelitian.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah skor selisih antara *pretest* dan *posttest* berdistribusi normal. Uji normalitas dilakukan menggunakan Shapiro–Wilk. Pengujian dilakukan terhadap skor selisih (*difference score*), yaitu nilai *posttest* dikurangi nilai *pretest* pada masing-masing responden. Pendekatan ini digunakan karena analisis inferensial yang diterapkan merupakan uji berpasangan, sehingga asumsi normalitas yang diperiksa adalah distribusi skor selisih, bukan distribusi masing-masing pengukuran secara terpisah.

Pengujian normalitas dilakukan secara terpisah pada skor selisih masing-masing variabel penelitian, yaitu persepsi kegunaan dan persepsi urgensi. Hasil uji normalitas menjadi dasar dalam menentukan teknik analisis inferensial yang digunakan pada masing-masing variabel.

Kriteria pengambilan keputusan:

- jika nilai signifikansi (Sig.) > 0,05, maka skor selisih berdistribusi normal;
- jika nilai signifikansi (Sig.) ≤ 0,05, maka skor selisih tidak berdistribusi normal.

c. Analisis Statistik Inferensial

Analisis statistik inferensial digunakan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai perbedaan skor persepsi mahasiswa terhadap kegunaan dan urgensi Jam Digital Masjid sebagai media dakwah antara kondisi sebelum dan sesudah diberikan paparan media simulasi visual.

1) Uji *Paired sample t-test*

Apabila skor selisih memenuhi asumsi normalitas, pengujian dilakukan menggunakan *paired-samples t-test*. Uji ini digunakan untuk menguji apakah terdapat perbedaan rata-rata skor antara *pretest* dan *posttest* pada responden yang sama. Pengujian dilakukan secara terpisah untuk masing-masing variabel penelitian pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) menggunakan uji dua arah (*two-tailed*).

Kriteria pengambilan keputusan:

- jika Sig. < 0,05, maka H_0 ditolak;
- jika Sig. ≥ 0,05, maka H_0 gagal ditolak.

Selain menguji signifikansi statistik, penelitian ini juga menghitung *effect size* untuk menggambarkan besarnya perbedaan skor antara *pretest* dan *posttest*. Untuk analisis *paired-samples t-test*,

effect size dihitung menggunakan Cohen's dz yang didasarkan pada perbedaan skor berpasangan.

2) Uji *Wilcoxon Signed Rank* Test (Alternatif)

- Apabila skor selisih tidak memenuhi asumsi normalitas, analisis dilakukan menggunakan Wilcoxon Signed-Rank Test sebagai alternatif nonparametrik dari *paired-samples t-test*. Uji ini digunakan untuk membandingkan dua pengukuran berpasangan pada responden yang sama ketika asumsi normalitas tidak terpenuhi.

Kriteria pengambilan keputusan:

- jika Sig. < 0,05 maka H_0 ditolak;
- jika Sig. ≥ 0,05 maka H_0 gagal ditolak.

Pada analisis Wilcoxon Signed-Rank Test, *effect size* dihitung menggunakan nilai r dengan rumus $r = |Z|/\sqrt{N}$. Nilai tersebut digunakan untuk menggambarkan besarnya perbedaan antara hasil *pretest* dan *posttest*.

Pemilihan uji inferensial dilakukan secara terpisah untuk masing-masing variabel berdasarkan hasil uji normalitas skor selisih. Dengan demikian, variabel dengan skor selisih yang berdistribusi normal dianalisis menggunakan *paired-samples t-test*, sedangkan variabel dengan skor selisih yang tidak berdistribusi normal dianalisis menggunakan Wilcoxon Signed-Rank Test.

SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

d. Perangkat Analisis Data

Pengolahan data dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 27.0.1 untuk membantu proses perhitungan statisik dan meminimalkan kesalahan pengolahan data.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG