

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dakwah adalah suatu upaya untuk mengimplementasikan ajaran Islam ke dalam kehidupan kita sebagai manusia. Tujuan dilakukannya dakwah ialah agar manusia bisa menerima ajaran islam dan mampu mengimplementasikannya. Dalam artian dakwah Islam meliputi segala bentuk perilaku dan tindakan agar bisa berubah ke arah yang baik sesuai dengan ketentuan islam

Dalam aplikasinya dakwah ialah satu keniscayaan bagi manusia secara personal ataupun komunal untuk meraih rido Allah Swt dan sebagai bentuk menjaga kestabilan antar manusia demi tercapainya kedamaian dan kebahagiaan.

Sederhananya kegiatan dakwah merupakan proses ajakan manusia untuk mematuhi ajaran Islam yang dilakukan dengan lisan maupun tulisan (*dakwah billisan dan bilqalam*), selain itu bisa juga dengan perbuatan (*dakwah bilhal*) untuk terwujudnya visi dan misi dakwah Islam.

Unsur terpenting dalam berdakwah adalah da'i. Kata da'i merupakan bahasa Arab dari; *al dai, al da'iyah, al du'ah* yang berarti pengajak, pelaku atau penggerak. Secara kongkrit da'i adalah orang yang mewujudkan Islam dari segala aspek kehidupan kita sebagai manusia, baik secara individu ataupun kelompok. Da'i berperan penting karena dapat menentukan kesuksesan dalam berdakwah. Dalam ilmu komunikasi Da'i adalah komunikator.

Para Da'i wajib menjadi contoh baik bagi lingkungan disekitarnya. Tingkah laku mereka harus memunculkan gambaran prinsip Islam dalam setiap pembawaanya.

Secara khusus da'i adalah orang yang menyerukan kebaikan kepada orang lain dengan kata-kata maupun tingkah laku yang baik menurut Quran dan Sunah. Dalam pengertian tersebut da'i adalah pelopor dan pengajak dalam menegakan keadilan dan kebenaran menurut syariat.

Setiap da'i patut memiliki nilai kebaikan dalam kepribadiannya. Karena da'i merupakan contoh dalam setiap tingkah laku dan gerakannya. Oleh karena itu, hendaklah ia menjadi *usswatun haasanah* bagi manusia lain.

Dalam ilmu komunikasi da'i juga dapat dikatakan komunikator, yang mempunyai tugas untuk menyebarkan serta menyambungkan informasi dari sumber atau *source* melewati saluran yang selaras atau *channel* terhadap pendengar atau komunikan. Komunikator dituntut mempunyai kredibilitas tinggi, atau dapat dikatakan mempunyai tingkat kepercayaan tinggi terhadapnya sesuai yang diinginkan oleh komunikan.

Kredibilitas adalah alasan yang masuk akal untuk bisa dipercayai. Seorang yang memiliki kredibilitas berarti ia seorang yang dapat dipercayai, dalam arti kita bisa mempercayai karakter dan kemampuannya. Sokrates mengatakan, "Kunci utama untuk kejayaan adalah membuat apa yang nampak dari diri kita menjadi kenyataan".

Kredibilitas seseorang tidak tumbuh dengan sendirinya, ia harus dibina dan dipupuk. Memang, kredibilitas erat kaitannya dengan kharisma walau

demikian kredibilitas dapat ditingkatkan sampai batas optimal. Seorang yang berkredibilitas tinggi adalah seorang yang mempunyai kompetensi di bidang yang ingin ia sebarkan, mempunyai jiwa yang tulus beraktivitas, senang terhadap pesan-pesan yang ia milki, berbudi luhur serta mempunyai status yang cukup walau tidak harus tinggi. Dari sanalah seorang da'i yang ingin memiliki kredibilitas tinggi harus berupaya membentuk dirinya dengan sungguh-sungguh.

Kredibilitas da'i sebagai persepsi sasaran dakwah pada dasarnya adalah penilaian sasaran dakwah terhadap da'i. Penilaian tersebut dapat bersifat obyektif dapat pula bersifat subyektif, karena individu-individu dalam masyarakat sebagai sasaran dakwah memiliki figurideal tentang kapasitas da'i menurut sudut pandang yang mendasarinya.

Kredibilitas seorang da'i juga ditentukan oleh karakteristik atau sifat da'i, selain itu juga ditentukan oleh sasaran dakwah, materi dan situasi. Tetapi yang lebih menentukan kredibilitas seorang da'i dalam menjalankan tugas dakwah adalah sasaran dakwah sebagai pelaku persepsi. Adapun kredibilitas da'i meliputi keahlian, kepercayaan, kedinamisan, sosiabilitas, koorientasi dan karisma.

Dalam buku Jalan Dakwah Syekh Mustafa Masyhur (1994: 25) memaparkan sifat-sifat kredibilitas yang dimiliki da'i diantaranya : 1) Da'i harus beriman dan bertaqwa kepada Allah, 2) Da'i harus ikhlas dalam melaksanakan dakwah, dan tidak mengedepankan kepentingan pribadi, 3) Da'i harus ramah dan penuh pengertian, 4) Da'i harus tawadhu atau rendah

hati, 4) Da'i harus sederhana dan jujur dalam tindakannya, 5) Da'i harus tidak memiliki sifat egoisme, 6) Da'i harus memiliki semangat yang tinggi dalam tugasnya, 7) Da'i harus sabar dan tawakkal dalam melaksanakan tugas dakwah, 8) Da'i harus memiliki jiwa toleransi yang tinggi, 9) Da'i harus memiliki sifat terbuka atau demokratis, 10) Da'i harus tidak memiliki penyakit hati atau dengki.

Menurut A. Hasymi, dalam *Dustur Dakwah Menurut Al-qur'an* (1984: 194), menyebutkan bahwa sifat-sifat dan perilaku seorang da'i yang memiliki kredibilitas adalah : 1) Lemah lembut dalam menjalankan dakwah, 2) Bermusyawarah dalam segala urusan, termasuk urusan dakwah, 3) Kebulatan tekad (azam) dalam menjalankan dakwah, 4) Tawakkal kepada Allah setelah bermusyawarah dan berazam, 5) Memohon bantuan Allah sebagai konsekuensi dari tawakkal, 6) Menjauhi kecurangan atau keculasan, 7) Mendakwahkan ayat Allah untuk menjalankan roda kehidupan bagi umat manusia, 8) Membersihkan jiwa raga manusia dengan jalan mencerdaskan mereka, 9) Mengajar manusia kitab suci Al-qur'an dan hikmah atau liku-liku ilmupengetahuan dan rahasia-rahasia alam;

Sementara Samith Athif Az-Zain, dalam bukunya *Shifah Ad-Da'iyah wa Kaiyyah Haml Ad-Da'wah*, menjabarkan bahwa sifat-sifat da'i berkredibilitas ada tujuh macam, yaitu : 1) Hendaklah dakwah itu ditujukan kepada Allah dan karena Allah Swt, 2) Hendaklah da'i (pendakwah) itu beramal saleh, 3) Hendaklah da'i menampakkan keislamannya, dan berkata "sesungguhnya aku dari orang-orang Islam", 4) Hendaklah dakwah dijalankan

Allah itu disertai dalil-dalil akal (logika) atau kebijaksanaan (hikmah), 5) Hendaklah dakwah itu peringatan yang baik dan nasihat yang mulia, 6) Hendaklah da'i mulai memikat pikiran-pikiran mereka pada kenyataan-kenyataan tempat hidup mereka, 7) Hendaklah dakwah itu dipikul secara jamaah, dan menjadi tanggung jawab jamaah.

Suksesnya dakwah sangat bergantung kepada pribadi dari pembawa dakwahnya itu sendiri. Dengan kepribadian yang baik serta beramal shaleh yang memancar pada diri da'i, jama'ah akan lebih percaya apa yang telah disampaikan serta materi dakwahnya pun akan lebih mudah diterima.

Tidak ada teladan terbaik dalam berdakwah selain dakwah Rasulullah Saw. Bagaimana mungkin sebagai seorang rasul, jika perilaku dakwahnya tidak menjadi teladan bagi segenap para pengikutnya, apalagi kesuksesan-kesuksesan yang pernah dicapainya. Hanya 23 tahun beliau berhasil mengubah tatanan masyarakat Arab yang jahiliyah kepada masyarakat Islam, dari masyarakat penyembah berhala kepada masyarakat penyembah Allah Swt, dari masyarakat gemar berjudi dan minum arak menjadi masyarakat taat kepada Allah dan rasul-Nya, dari kemusyrikan kepada tauhid, dari perpecahan kepada persatuan, dari biadab menjadi beradab.

Dakwah pada zaman Rasulullah dan sekarang itu memiliki fase yang berbeda-beda dalam penyampaian dakwah. Dimulai pada tiga tahun awal masa dakwahnya Rasulullah ketika di Mekah, Rasulullah melakukan dakwahnya secara sembunyi-sembunyi untuk mendapatkan umat/masa dengan jalan aman

dari pertumpahan darah. Kemudian pada masa walisongo yang menggunakan kesenian wayang sebagai media dalam berdakwah. Kemudian dakwah diatas mimbar yang dilakukan di masjid atau majlis ta'lim, namun saat ini berdakwah tidak hanya dilakukan melalui mimbar saja karena saat ini teknologi informasi sudah sangat canggih dan kita dapat melakukan dakwah diberbagai macam media yang ada pada media komunikasi saat ini.

Dengan pesatnya dunia teknologi saat ini, banyak media yang dapat digunakan manusia untuk dijadikan alat dalam berkomunikasi, begitupun dengan media sosial yang dapat diakses dengan mudah melalui jaringan internet. Media sosial merupakan media yang mewadahi kerjasama diantara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated content*). (I Gusti Agung Ayu Kade, 2017). Media sosial memiliki fungsi membagikan pesan. Pesan tersebut dapat berupa berita gambar dan juga dalam bentuk video. Dahulu media sosial dapat diakses melalui computer, namun dengan pesatnya teknologi saat ini. Media sosial dapat diakses melalui handphone atau smartphone. Hal ini akan mempermudah masyarakat dalam menggunakan media sosial dimanapun mereka berada. (Susilawati, 2018)

Saat ini konten dakwah melalui video sudah banyak tersebar di berbagai negara melalui media sosial salah satunya di negara Indonesia. Perumbuhan konten video dapat dengan sangat cepat diunggah melalui internet, pasalnya didukung dengan adanya kemajuan kecepatan Internet. Banyak aplikasi maupun *platform* yang mendukung menyediakan pembuatan konten video yang menarik bagi pengguna *smartphone*. Salah satu aplikasi

pendukung pembuatan konten video yaitu pada aplikasi Youtube.

YouTube adalah sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh tiga mantan karyawan *PayPal* pada Februari 2005 dan pada tahun 2006 situs Youtube beralih menjadi kepemilikan dari perusahaan Google. Situs web ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video.

YouTube didirikan oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim, yang sebelumnya merupakan karyawan pertama PayPal. Hurley belajar desain di Indiana University of Pennsylvania, sementara Chen dan Karim belajar ilmu komputer di University of Illinois at Urbana-Champaign.

Menurut cerita yang berulang-ulang diterbitkan di media, Hurley dan Chen mengembangkan ide YouTube pada bulan-bulan pertama tahun 2005 setelah mengalami kesulitan saat berbagi video pesta makan malam di apartemen Chen di San Francisco. Karim tidak datang ke pesta dan menolak pesta tersebut pernah terjadi, sementara Chen berkomentar bahwa ide YouTube tercetuskan setelah pesta makan "tampaknya diperkuat oleh metode pemasaran yang terpusat pada menciptakan cerita yang mudah dicerna konsumen".

Dengan lebih dari satu miliar pengguna per bulan di seluruh dunia—hampir sepertiga dari jumlah pengguna internet secara keseluruhan—YouTube merupakan salah satu platform *online* paling populer saat ini. Popularitasnya diproyeksikan akan terus meningkat seiring dengan jumlah pengguna. Bahkan, lembaga riset pasar Statista memprediksi bahwa jumlah

penggunanya telah mencapai angka 1,8 miliar orang pada tahun 2021. Popularitas tinggi tersebut dilatarbelakangi oleh meningkatnya nilai guna platform berbagi video tersebut terhadap pengguna internet. Pengguna internet mengunjungi YouTube bukan hanya untuk mendapatkan hiburan, tetapi juga untuk belajar atau mendapatkan informasi. Google mengatakan bahwa 57 persen pengguna YouTube mencari konten hiburan, serta 86 persen juga menyatakan terbiasa mengunjungi situs tersebut untuk mempelajari informasi baru.

Berdasarkan pernyataan-pernyataan yang telah dipaparkan oleh penulis, penulis mengamati salah satu aktivitas *Dakwah Islamiyah* di platform *digital*, ada salah seorang da'i yakni Habib Husein Ja'far Al Hadar, yang menjadi salah satu dari beberapa da'i yang terjun langsung sebagai *konten creator* di platform Youtube dalam channel "Jeda Nulis". Apabila dilihat dari *followers* atau *subscriber* pengikut dari akun Jeda Nulis ini mayoritas adalah kaum muda yang beragama Islam dan non Islam, salah satunya terlihat dari komentar-komentar netizen dalam video yang berjudul "Boris Belajar Islam, Tak Takut Mualaf?" yang di upload pada tanggal 5 Juni tahun 2022 itu telah ditonton sebanyak 3 juta lebih penonton dan dengan sebanyak 3 ribu lebih yang komentar dalam video tersebut.

Dengan jumlah penonton yang mencapai jutaan dalam konten dakwah Habib Jafar yang dapat menarik minat pemuda penggiat digital pada youtube Jeda Nulis sangat menarik untuk penulis teliti secara seksama, khususnya mengenai "Kredibilitas Da'i Terhadap Minat Pemuda Penggiat Digital



Dalam Mengikuti Kajian Islam”.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah diulas oleh penulis di atas, penulis dapat merumuskan masalah yaitu bagaimana pengaruh kredibilitas da'i terhadap minat pemuda penggiat digital dalam mengikuti kajian islam?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian yang akan dikaji, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari kredibilitas da'i terhadap minat pemuda penggiat digital dalam mengikuti kajian islam .

## **D. Kegunaan Penelitian**

### **1. Secara Akademis**

Secara akademis manfaat penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran untuk Ilmu Dakwah, terutama dalam bidang pengaruh atau hubungan kredibilitas komunikator (da'i) dengan minat mad'u khususnya pada kalangan pemuda. Selain itu memberikan wacana baru dalam aspek metodologi penelitian Ilmu Dakwah tentang hubungan kredibilitas da'i dengan minat mad'u, dan hasilnya dapat dijadikan perbendaharaan ilmiah di bidang komunikasi dan dakwah.

### **2. Secara Praktis**

Sedangkan secara praktis penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran dalam mengembangkan metode dakwah yakni sebuah pengetahuan baru kepada para da'i dan da'iyah yang akan

berdakwah khususnya dalam menghadapi mad'u kalangan pemuda. Juga sebagai masukan bagi Lembaga dakwah dan para da'i dan da'iyah agar lebih memperhatikan kredibilitas sesuai dengan sasaran dakwah yang dihadapi sehingga apa yang menjadi tujuan dakwah dapat tercapai. Kredibilitas seorang da'i sangatlah penting, dan hal ini menjadi informasi bagi mahasiswa dakwah yang akan terjun sebagai calon da'i dalam menyebarkan ajaran Islam ditengah tengah masyarakat.

#### E. Kajian Penelitian yang Relevan

Tabel 1. 1 Hasil Penelitian yang Relevan

No	Profil Penelitian	Judul	Kualifikasi
1.	Sri Rastita Praniti, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (2014)	Kredibilitas Mubaligh Masjid Besar Al-Muhajirin (Studi Penelitian Deskriptif Kredibilitas Mubaligh di Masjid Besar Al-Muhajirin)	Skripsi
2.	Siti Barokah, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (2017)	Kredibilitas Da'i Dengan Keseriusan Jama'ah Dalam Menyimak Ceramah (Studi Deskriptif Tentang Kredibilitas Da'i Di Majelis Ta'lim AlA'raf Rancakamurang Rw 08 Gedebage Kota Bandung)	Skripsi
3.	Sadisatu Ritnani, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (2008)	Kredibilitas Da'iyah Shinto Nabilah Di Mata Masyarakat Desa Ngadirejo Magelang	Skripsi

## **F. Kerangka Pemikiran**

### **1. Landasan Teori**

Secara teoritis penelitian menggunakan teori Jalaluddin Rakhmat dan ditambah dengan teorinya Koehler, Annatol, dan Applbaun yakni dalam menentukan kredibilitas seseorang dapat dilihat diantaranya

Pertama, Keahlian. Keahlian adalah kesan yang dibentuk komunikan tentang kemampuan komunikator dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan.

Kedua, Kepercayaan. Kepercayaan adalah kesan komunikan tentang komunikator yang berkaitan dengan wataknya. Komponen ini merupakan komponen yang digunakan untuk melakukan penilaian terhadap kredibilitas yang agak samar-samar tetapi tidak kurang pentingnya yang menunjukkan bagaimana pembicara atau da'i dipersepsi oleh komunikan atau jama'ah.

Kepercayaan yang terbentuk dalam pemikiran komunikan ini berhubungan dengan karakter atau watak yang dimiliki oleh komunikator atau da'i. Karakter atau watak sangat menentukan apakah pendengar akan mematuhi atau tidak terhadap apa yang disampaikan atau apa yang didengar. Orang tidak akan percaya dengan komunikator atau da'i bilamana terdapat perbedaan antara yang disampaikan dengan apa yang diperbuat. Perilaku dakwah tidak semata-mata menyampaikan dakwah dalam wujud perkataan, tetapi yang jauh lebih penting adalah penyampaian pesan dakwah dalam wujud perbuatan (dakwah bil hal)

Ketiga, Dinamisme. Dinamisme umumnya berkenaan dengan cara berkomunikasi, dalam komunikasi dinamisme memperkuat kesan keahlian

dan kepercayaan. Seorang da'i dikatakan memiliki jiwa yang dinamis bila dalam penyampaian pesan dakwah dilakukan dengan semangat yang bergairah, aktif, dan tegas.

Keempat, Sosiabilitas. Sosiabilitas adalah kesan komunikasi tentang komunikator sebagai orang yang periang dan senang bergaul. Seorang da'i harus mampu berinteraksi sosial dengan masyarakat secara baik. Dalam interaksi sosial akan terdapat tindakan saling mempengaruhi antara individu yang satu dengan yang lain, sehingga timbul kemungkinan untuk saling memperbaiki pribadi masing-masing.

Kelima, Koorientasi. Koorientasi adalah kesan komunikasi tentang komunikator sebagai orang yang mewakili kelompok yang kita senangi, yang mewakili nilai-nilai kita.

Keenam, Karisma. Menurut Jalaluddin Rakhmat karisma digunakan untuk menunjukkan suatu sifat luar biasa yang dimiliki oleh komunikator yang menarik benda-benda disekitarnya dan ini merupakan sebuah pesona.

Seorang da'i yang berkarisma akan lebih mudah mengarahkan pandangan sasaran dakwah ke arah tujuan dakwah. Dengan kata lain bahwa karisma merupakan jalan untuk memperoleh kepercayaan sasaran dakwah.

Jadi dapat disimpulkan bahwa seseorang memiliki kredibilitas yang baik bila ia memiliki keahlian, kepercayaan, kedinamisan, sosiabilitas, koorientasi dan karisma.

Selain dari teori Jalaluddin Rakhmat, Koehler, Annatol, dan Applbaun tentang unsur kredibilitas, penulis juga menggunakan teori SOR atau

Stimulus Organism Respons yang dikemukakan oleh Skinner untuk mengetahui pengaruh kredibilitas terhadap minat. Menurut Stimulus respon ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Unsur-unsur dalam model ini adalah: 1). Pesan (Stimulus, S), 2) Komunikan (Organism O), 3) Efek (Respons, R)

Dalam proses komunikasi, salah satu unsur yang menentukan dan mengukur berhasil tidaknya komunikasi adalah efek yang ditimbulkan. Menurut teori stimulus respon dalam bukunya Onong Uchjana, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus, sehingga seorang dapat mengharapkan dan memperkirakan antara pesan dan reaksi komunikasi.

Apabila stimulus tersebut menarik perhatian objek dakwah, maka proses dakwah adalah mengerti dan selanjutnya objek dakwah menerimanya sehingga mereka siap mengubah sikapnya. Oleh karena itu, untuk memperlancar proses dakwah seorang da'i perlu penguat stimulus dalam melakukan kegiatan dakwahnya.

Untuk lebih jelas tentang pengaruh kredibilitas da'i terhadap minat para pemuda dalam mengikuti kajian Islam, maka harus memahami keadaan variabel pertama yaitu pengaruh kehadiran para pemuda pada aktivitas kegiatan pengajian yang akan didasarkan pada kredibilitas seorang da'i yang terdiri dari unsur: keahlian, kepercayaan, kedinamisan, sosiabilitas, koorientasi dan karisma seorang da'i tersebut. Sedangkan variabel kedua difahami adanya perubahan dari jama'ah pada pengetahuan, sikap dan perilakunya.

## G. Hipotesis

Secara etimologis, hipotesis berasal dari dua kata yaitu kata hypo yang berarti “kurang dari” dan thesis yang berarti pendapat. Jadi, hipotesis adalah suatu pendapat atau kesimpulan yang belum final, yang harus diuji kebenarannya (Djarwanto, 1994). Hipotesis digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan agar penelitian lebih terarah dan menjawab pertanyaan dari penelitian, maka dari itu dirumuskan hipotesis penelitian ini:

Uji T / Uji Partial

Hipotesis :

H0 : Variabel X1, tidak mempengaruhi variabel terikat (Y), yang artinya Kredibilitas Habib Ja'far tidak mempengaruhi minat pemuda dalam mengikuti kajian islam

H1 : Variabel X1, mempengaruhi variabel terikat (Y), dalam hal ini Kredibilitas Habib Ja'far mempengaruhi minat pemuda dalam mengikuti kajian islam.

Hipotesis :

H0 : Variabel X2, tidak mempengaruhi variabel terikat (Y), yang artinya adanya unsur lain tidak mempengaruhi minat pemuda dalam mengikuti kajian islam.

H1 : Variabel X2, mempengaruhi variabel terikat (Y), yang artinya ada unsur lain yang mempengaruhi minat pemuda dalam mengikuti kajian islam.

## H. Langkah-langkah Penelitian

Langkah-langkah penelitian yang akan dilakukan pada penelitian ini diantaranya sebagai berikut: Lokasi penelitian, paradigma dan pendekatan penelitian, metode penelitian, jenis data dan sumber penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data serta jadwal penelitian.

## **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada akun youtube Jeda Nulis milik Habib Husein Ja'far Al Hadar dan *subscriber* dari akun youtube Jeda Nulis untuk melakukan survei. Alasan penulis menentukan penelitian pada akun youtube Jeda Nulis ini adalah : 1) Menarik untuk diteliti, 2) Pencarian informasi yang mudah dengan menggunakan internet 3) Banyaknya orang yang mengikuti channel youtube Jeda Nulis di lingkungan penulis.

## **2. Paradigma dan Pendekatan**

Paradigma yang dilakukan pada penelitian ini yaitu paradigma positivisme, paradigma positivisme menjadi landasan penelitian kuantitatif yang mempunyai pandangan bahwa sumber ilmu salah satunya yaitu pemikiran rasional data empiris. Pemikiran tersebut didasari dari kesesuaian dengan teori terdahulu yang umumnya disebut sebagai koherensi. Dimana di dalam prosesnya, diawali dari asumsi ataupun yang biasanya kita sebut sebagai perumusan hipotesis. Untuk kemudian diverifikasi supaya mendapatkan teori baru. Dalam memandang sebuah peristiwa, paradigma kuantitatif berpandangan bahwa variabel yang ada didalamnya bisa saja berubah bergantung dengan kondisi dan situasi. Oleh sebab itu, pada penelitian kuantitatif hanya memakai variabel tertentu saja. Dimana variabel

yang dipakai umumnya hanya yang berhubungan dengan tujuan penelitian yang akan dilakukan. Adapun operasional variabel pada permasalahan ini adalah pengaruh kredibilitas Habib Husein Ja'far Al Hadar terhadap minat para pemuda penggiat digital dalam mengikuti kajian Islam. Kredibilitas Habib Husein Ja'far Al Hadar sebagai variabel X dan minat para pemuda penggiat digital dalam mengikuti kajian Islam sebagai variabel Y.

### 3. Operasional Variabel

Adapun operasional variabel pada permasalahan ini adalah pengaruh kredibilitas Habib Husein Ja'far Al Hadar terhadap minat pemuda penggiat digital dalam kajian islam. Kredibilitas Habib Husein Ja'far Al Hadar sebagai variabel X dan minat pemuda penggiat digital sebagai variabel Y.

Tabel 1. 2 Operasional Variabel

No	Variabel	Sub-Variabel	Indikator
1.	X (Kredibilitas)	Keahlian	1. Kecerdasan 2. Kemampuan Komunikasi 3. Kompetensi 4. Pengalaman
		Kepercayaan	1. Ketulusan 2. Perilaku 3. Keterbukaan 4. Objektivitas
		Kedinamisan	1. Semangat 2. Aktif 3. Tegas 4. Berani
		Sosiabilitas	1. Humoris 2. Keakraban 3. Adaptif
		Koorientasi	1. Pemahaman 2. Idieologi 3. Nilai
		Karisma	1. Perilaku 2. Pengakuan 3. Wibawa



2.	Y (Minat)	Dorongan Individu	1. Daya Tarik 2. Perubahan Sifat 3. Konsep Diri
		Motif Sosial	1. Lingkungan 2. Pengaruh 3. Aktivitas/kebiasaan
		Faktor Emosional	1. Motivasi 2. Persepsi 3. Sikap

#### 4. Metode penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode survei untuk tujuan: (1) mengumpulkan informasi, (2) mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, (3) membuat perbandingan dan evaluasi, (4) menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

Sedangkan dalam penelitian ini akan diteliti sejauh mana hubungan antara variabel x (pengaruh kredibilitas da'i) terhadap variabel y (minat para pemuda mengikuti kajian) pada channel youtube "Jeda Nulis"

#### 5. Jenis Data dan Sumber Data

##### 1) Jenis Data

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Yang dimaksud dengan penelitian kuantitatif ini sesuai dengan namanya, penelitian ini banyak menggunakan angka (Lexy J. Moleong, 2002:3). Adapun data kuantitatif ini digunakan agar data-data yang dicari itu lebih relevan dan memperoleh informasi validitas yang meyakinkan.

Diantara data kuantitatif yang diperlukan dalam penelitian ini yakni diantaranya:

- (1) Data tentang kredibilitas Da'I Habib Husein Ja'far Al Hadar
- (2) Data tentang minat para pemuda digital dalam mengikuti kajian Habib Husein Ja'far Al Hadar.

## 2) Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua sumber yaitu, sumber dataprimer dan sumber data sekunder.

Sumber data primer yaitu pengikut pada chanel youtube Jeda Nulis yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber utama. Sumber utama tersebut ialah diperoleh dari konten dakwah Habib Husein Ja'far Al Hadar dan kaum muda yang mengikuti kajian Habib Husein Ja'far Al Hadar pada Channel youtube Jeda Nulis

Sumber data sekunder yaitu data yang diperoleh dari pihak lain atau pihak pendukung, dapat diperoleh dari buku-buku, arsip, dokumentasi channel youtube Jeda Nulis, atau referensi lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

## I. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah suatu kelompok yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2010 : 117). Populasi dalam penelitian ini adalah pemuda yang rentan usianya dari 16 tahun sampai dengan 30 tahun yang aktif di dunia digital (khususnya di *platform* youtube) dan mengikuti

channel youtube Jeda Nulis dengan jumlah 300 orang.

## **2. Sampel**

Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang sama dengan populasi. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih sebagai anggota sampel. *Teknik probability sampling* ini ada bermacam-macam yaitu *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random, sampling area (cluster) sampling* (Sugiyono, 2010: 120). Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti (Suharsimi Arikunto, 2010: 109).

Pengambilan sampel untuk penelitian menurut Suharsimi Arikunto (2010: 112), jika subjeknya kurang dari 100 orang sebaiknya diambil semuanya, jika subjeknya besar atau lebih dari 100 orang dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih. Berdasarkan ketentuan tersebut peneliti mengambil sampel 20% dari jumlah populasi, sehingga jumlah sampelnya adalah  $20\% \times 300 \text{ pemuda} = 60 \text{ orang}$  pemuda.

## **J. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Kuesioner/Instrumen Penelitian**

Kuesioner adalah bentuk Teknik pengumpulan data, dimana didalamnya ada beberapa pertanyaan yang ditunjukkan kepada responden. Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dinilai efisien dan nantinya akan menjadi tolak ukur. Kuesioner ini akan disebar kepada pengikut akun youtube

Jeda Nulis.

## 2. Dokumentasi/Studi Pustaka

Dalam proses penelitian ini, peneliti mengumpulkan beberapa data dan dokumen yang relevan dengan isi dari penelitian ini. Adapun dokumen itu berupa jurnal, buku-buku, skripsi, dan sumber-sumber lain yang didapat dari internet. Hal ini guna mendukung peneliti untuk memenuhi data sekunder.

## K. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dalam Teknik analisis datanya untuk menunjukkan pengaruh kredibilitas da'i terhadap minat pemuda penggiat digital dalam mengikuti kajian islam. Dengan menggunakan beberapa Teknik berikut:

### 1. Penilaian Skala Likert

Penilaian skala Likert merupakan Teknik penskalaan yang relative banyak digunakan terutama untuk mengukur sikap, pendapat, atau pandangan seseorang tentang dirinya atau sekelompoknya ataupun orang yang berhubungan dengan suatu hal (Sialahi, 2010). Dalam penilaian likert ini, responden akan diberikan suatu skala likert yang berskala tiga, lima, atau bahkan sepuluh yang artinya di dalam skala itu menjelaskan seberapa setuju seorang responden, seperti “Sangat Setuju, Setuju, Sangat Tidak Setuju”. Berikut tabel item respom dalam kuesioner skala likert.

Tabel 1. 3 Skala Likert

Uraian Pertanyaan dalam Skala Likert
--------------------------------------

Kategori	Singkatan	Skor	Presentase
Sangat Setuju	SS	5	Tergantung hasil perhitungan
Setuju	S	4	
Cukup Setuju	CS	3	
Tidak Setuju	TS	2	
Sangat Tidak Setuju	STS	1	

## 2. Uji Kuesioner

Uji validitas dan uji realibilitas digunakan untuk mengukur variabel yang kita teliti sebelumnya. Apabila instrumen tersebut tidak valid atau tidak reliabel, maka penelitianpun akan tidak baik dan itu berpengaruh pada hasil penelitian nantinya. Apabila kuesioner yang dijadikan alat ukur telah selesai dibuat, wajib dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui layak atau tidaknya kuesioner tersebut diuji. Kriteria dari kuesioner yang bisa diuji ini adalah kuesioner yang memenuhi unsur akurasi, presisi dan peka. Oleh karena itu, kuesioner harus diuji validitas dan realibilitasnya (Noor, 2016)

### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu data yang diteliti akurat atau tidak di penelitian kuantitatif. Instrument yang valid dan akurat merupakan alat ukur yang kuat untuk mendapatkan data yang valid, dimana kevalidan data tersebut dapat digunakan untuk mengetahui setiap hal yang akan diukur (Sugiyono, Metodologi Penelitian Kuantitatif, 2016). Dandalam Penelitian

ini, peneliti akan menggunakan bantuan SPSS Versi 25 untuk menguji validitas datanya.

b. Uji Realibilitas

Uji reabilitas adalah bentuk pengujian yang dipakai untuk mengetahui besartau kecilnya suatu pengukuran apabila dilakukan beberapa kali pengukuran data. Menurut Sugiyono (2016 : 3) reabilitas adalah derajat konsistensi/keajegan data dalam interval waktu tertentu. Pada penelitian ini, akan menggunakan uji reabilitas dengan Teknik rumus Alpha Cronbach, yang bernilai koefisien  $> 0,6$ . Maka dari pernyataan sebelumnya disimpulkan bahwa variabel penelitian akan dianggap reliable apabila hasil koefisien melebihi batas syarat alpha Cronbach, yaitu 0,6.

**3. Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik diperlukan untuk mengetahui apakah uji hipotesis dapat dilanjutkan atau berhenti sampai uji kuesioner. Oleh karena itu, perlu adanya uji normalitas dan heterokedestisitas untuk mengetahui data tersebut dapat dilanjutkan atau tidak

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu pengujian untuk mengetahui apakah data yang kita sebar normal atau tidak. Sebuah data akan dikatakan normal apabila data tersebut memiliki distribusi yang simetris dengan mean, modus dan median yang terdapat di pusat. Dalam uji normalitas, data dinyatakan berdistribusi normal Ketika mempunyai karakteristik tertentu dalam hasil pengujiannya, yaitu berbentuk seperti lonceng apabila menggunakan outpuhistogram (Nuryadi, 2017).

Dan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan bantuan SPSS versi 25 untuk menguji normalitas datanya.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk apakah dari pengamatan satu dengan pengamatan lain memiliki ketidaksamaan varians di bentuk regresi dari residual atau tidak.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah suatu metode statistic yang digunakan untuk menguji apakah data time series memiliki hubungan serial atau korelasi internal. Tujuannya adalah untuk menentukan apakah suatu sinyal memiliki sifat stationer atau memiliki trend yang konsisten. Beberapa metode uji autokorelasi yang populer meliputi Durbin-Waston test, Ljung-Box test, dan Breusch-Godfrey test.

**4. Uji Regresi Linier Sederhana**

Analisis regresi sederhana adalah suatu analisis yang memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh antar variabel (Noor, 2016). Apabila dalam persamaan regresi tersebut hanya ada satu variabel bebas dan satu variabel terikat, maka akan ada persamaan regresi sederhana. Analisis ini dipakai untuk mengetahui pengaruh

dari variabel bebas terhadap variabel terikat, sederhananya seberapa berpengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

d. Uji T

Uji T dipakai guna mengetahui pengaruh variabel independent (X) terhadap variabel dependent (Y) secara signifikan dan parsial. Apabila Ketika

pengujian memberikan hasil nilai thitung lebih besar dari ttabel, maka secara individual suatu variabel memengaruhi variabel dependen (Kuncoro,2013)

e. Uji F

Uji F dipakai untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas yang beradadalam model memiliki pengaruh secara berbarengan terhadap suatu variabelterikat. Nilai F nantinya akan diturunkan dari tabel ANOVA, dan hipotesiskan diterima apabila nilai sig <0,05, jika sig > maka hipotesis otomatis tidak diterima.

