

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah sebagai *aktivitas transmisi, transformasi* dan *difusi* serta *internalisasi* ajaran Islam terhadap umat manusia. (AS dan Aliyudin 2009:150) Dakwah sendiri memiliki berbagai macam bentuk, diantaranya adalah *Tabligh, Irsyad, Tadbir* dan *Tathwir*. *Tabligh* merupakan bagian dari sistem dakwah Islam yang melakukan usaha menyampaikan dan menyiarkan pesan Islam yang dilakukan baik secara individu maupun kelompok secara lisan maupun tulisan. *Tabligh* secara umumnya merupakan bentuk penyampaian perintah dan larangan Allah SWT, lalu sebagai ajaran agama yang bertujuan agar umat manusia beriman kepada Allah SWT. Pada prosesnya melibatkan beberapa unsur diantaranya; *mubaligh, muballagh, maudu at-tabligh, wasilah at-tabligh* dan *uslub at-tabligh*, kelima unsur tersebut merupakan kesatuan yang memiliki keterkaitan satu sama lain.

Tabligh merupakan salah satu kebutuhan mutlak manusia. Apabila tidak adanya *Tabligh*, manusia tidak akan mengenal kebaikan, apabila tidak adanya kebaikan maka sejarah hidup akan menjadi berantakan, karena hakikat *Tabligh* sangat dibutuhkan demi keberlangsungan hidup dimasa depan. *Tabligh* adalah suatu kewajiban yang harus dilakukan oleh umat muslim, seperti halnya yang termaktub dalam QS. An-Nahl ayat 125:

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

Dalam pelaksanaan dakwah, *mubaligh* sebagai pelaku dakwah dalam ranah *tabligh* memiliki kriteria tertentu yang salah satunya di tegaskan dalam QS. An-Nahl 125 yaitu dengan “cara yang baik.”

Seorang *mubaligh* senantiasa untuk bisa melaksanakan syariat Islam yang ditempuh melalui *tabligh* yang dibawa Nabi Muhammad SAW. Seperti halnya dalam kegiatan *tabligh*, untuk mencapai kebenaran tentu sangat diperlukan. *Mubaligh* diibaratkan motor penggerak yang menjadi ujung tombak. Kepercayaan *muballagh* kepada *mubaligh* menjadi hal yang penting dalam mewujudkan tujuan utama yaitu tersampainya pesan *tabligh*. Berbagai aspek luar maupun dalam diri *mubaligh* itu sendiri merupakan indikator kepercayaan umat terhadap *mubaligh*, diantaranya yaitu sisi kognitif, afektif, dan psikomotorik.

Dalam penyampaian *tabligh* diperlukannya ilmu pengetahuan dan wawasan yang luas mengenai berbagai metode penyampaian pesan secara efektif agar menghasilkan hasil yang maksimal. Selain itu *mubaligh* juga diharuskan untuk memiliki pengetahuan meliputi aspek *tabligh* yaitu; materi, metode penyampaian, dan kondisi *muballagh*. Aspek-aspek tersebut dipandang dapat menunjang tersampainya pesan *tabligh*. Penyampaian pesan *tabligh* yang tidak ditunjang dengan pengetahuan yang mumpuni mengakibatkan timbulnya kesan negatif dari *muballagh*.

Mubaligh dipandang menjadi contoh baik dalam hal bersikap, berpenampilan, berkepribadian, juga penentu baik buruknya *tabligh*. Sikap *representative* dan *profesionalisme* seorang *mubaligh* menjadi faktor penunjang kualitas *tabligh* yang dilakukannya, selain itu menjadi ciri dari seorang *mubaligh*. Salah satu berhasilnya *tabligh* dalam mewujudkan perubahan perilaku pada objek *tabligh* dari buruk menjadi baik atau dari baik menjadi lebih baik, dipengaruhi oleh mutu personal *mubaligh*. Seorang *mubaligh* akan berhasil komunikasinya, dalam arti mampu mengubah sikap, sifat, pendapat dan perilaku komunikan (*muballagh*), apabila komunikan itu merasa bahwa komunikatornya (*mubaligh*) ikut bersamanya. (Suhandang, 2013: 81)

Sebuah kaidah menyebutkan “*anyone does not only communicate what he says, but he also communicates who he is*”. Seseorang tidak hanya akan melihat dari apa yang ia sampaikan, melainkan akan melihat siapa

dirinya. Apabila seorang pendusta menyampaikan suatu pesan yang baik dapat dipastikan penerima pesan akan ragu bahkan tidak percaya. Seorang *mubaligh* harus memiliki kredibilitas yang baik terhadap *muballagh*, karena hal tersebut akan berpengaruh besar terhadap kepercayaan *muballagh* tentang apa yang disampaikan juga siapa yang menyampaikan. Kredibilitas itu terletak pada persepsi khalayak tentang pembicara, kredibilitas sama dengan persepsi khalayak tentang komunikator. Oleh karena itu aspek penting kepercayaan dari *muballagh* itu terletak pada diri *mubaligh*. *Mubaligh* diharuskan memiliki kredibilitas karena akan memposisikan *mubaligh* pada posisi sosial yang lebih tinggi sehingga *mubaligh* harus mampu menempatkan posisinya agar pesan yang disampaikan tidak menyinggung serta tidak diabaikan.

Mubaligh mendapat sorotan dari *muballagh* dengan berbagai persepsi, mulai dari penampilannya, pesan yang disampaikannya, metodenya, bahkan sampai kepada kepribadian, latar belakang pendidikan, silsilah keluarga dan sebagainya, yang kesemuanya itu terkandung dalam persepsi *muballagh* terhadap kredibilitas seorang *mubaligh*. Persepsi menurut Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi adalah “Pengalaman tentang obyek peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli inderawi” (1996, 51).

Dengan begitu di era saat ini banyak bermunculan *mubaligh* yang memiliki karakteristik *tabligh* yang sangat beragam. Dengan banyaknya *mubaligh* yang bermunculan ini, tentu saja aktivitas *tabligh* yang berlangsung juga cukup semarak. Hal ini berarti terdapat aktifitas *tabligh* dimana-mana, baik itu di *majelis ta’lim*, maupun di media sosial seperti *Youtube*.

Pada saat ini kita berada di era serba digital, dimana berbagai informasi dapat diakses secara cepat dari seluruh penjuru dunia dan menimbulkan ledakan informasi. Bisa dikatakan juga era dimana teknologi informasi mendominasi di segala bidang. (Wahid, 2004:17) Melihat hal

tersebut informasi keagamaan dipandang sangat mudah didapatkan, akan tetapi terdapat tantangan didalamnya. Tantangan *tabligh* di era digital adalah bagaimana caranya menyebarluaskan *tabligh* dengan tetap mengikuti perkembangan zaman dan menjangkau semua kalangan khususnya pemuda. Jawaban dari tantangan tersebut yaitu kegiatan *tabligh* di era saat ini bisa dilakukan melalui media social seperti *Youtube*, hal ini dikarenakan *Youtube* merupakan *platform* yang banyak digandrungi khususnya pemuda.

Penggunaan media *Youtube* sebagai salah satu sumber informasi menjadikan *Youtube* sebagai media yang hampir digunakan semua pengguna internet di Indonesia. Berdasarkan laporan *We Are Social*, ada 2,56 miliar pengguna platform *Youtube* hingga Januari 2022. Indonesia dengan 127 juta pengguna *Youtube* menduduki peringkat ketiga dalam dunia setelah India dan Amerika Serikat. Sebanyak 94% pengguna internet berusia 16-64 tahun di Indonesia mengakses *YouTube*. Persentase tersebut menjadi yang paling tinggi dibandingkan platform lainnya. Menurut RUU Kepemudaan pemuda adalah individu yang berusia dari 18-35 tahun, melihat hal tersebut melakukan kegiatan *tabligh* melalui *Youtube* dirasa memiliki potensi yang tinggi dalam menjangkau semua kalangan khususnya pemuda.

Dari berbagai macam konten yang tersebar di *Youtube* kebanyakan pemuda sangat selektif dalam mencari tontonan, kebanyakan dari mereka lebih menyukai konten yang *relate* dengan kehidupan mereka. Banyak diantara pemuda yang memilih untuk menghindari konten *tabligh* dikarenakan *mubaligh* yang tidak mengikuti perkembangan zaman, mudah menghakimi tanpa memberikan solusi, tidak *representative*, tidak *relate* dengan kehidupan mereka atau bisa dikatakan merasa ada sekat antara *mubaligh* dan *muballagh* sehingga tidak adanya ketertarikan mereka untuk menonton kajian Islam.

Salah satu *mubaligh* yang dipandang memiliki kredibilitas yang baik dan juga aktif berdakwah di media sosial *Youtube* adalah Muhammad Ainun Nadjib atau yang dikenal dengan sebutan Cak Nun. Beliau merupakan

mubaligh, intelektual muslim juga budayawan muslim yang berasal dari Jombang, Jawa Timur. Cak Nun merupakan anak keempat dari 15 bersaudara, beliau pernah mengenyam pendidikan di Pondok Modern Gontor-Ponorogo dan menyelesaikan pendidikannya di SMA Muhammadiyah I Yogyakarta. Kemudian Cak Nun mengenyam pendidikan formalnya di UGM tepatnya di Fakultas Ekonomi, akan tetapi hanya menyelesaikan 1 semester saja. Meskipun begitu, Cak Nun dipandang sebagai salah satu intelektual muslim terkemuka di Indonesia. Dr. Yaumil Agus Akhir seorang Dekan Fakultas Psikologi UI tahun 1991, mengatakan bahwa Cak Nun sangat layak untuk diberi gelar Doktor Honouris Causa, bahkan gelar profesor semua itu dikarenakan pikiran dan wawasannya yang amat luas dan juga didukung analisis yang tajam.

Awal karir Cak Nun yaitu sebagai “pengasuh ruang sastra di Harian Masa Kini, Yogyakarta (1970). Kemudian menjadi Wartawan di harian Masa Kini, Yogyakarta (1973-1976), sebelum menjadi pemimpin Teater Dinasti (Yogyakarta), dan grup musik Kyai Kanjeng hingga kini, penulis puisi dan kolumnis di beberapa media. Ia juga mengikuti berbagai festival dan lokakarya puisi dan teater. Cak Nun pernah mengikuti lokakarya teater di Filipina tahun 1980, International Writing Program di Universitas Iowa, AS tahun 1984, Festival Penyair Internasional di Rotterdam, Belanda pada tahun 1984 dan Festival Horizonté III di Berlin Barat, Jerman pada tahun 1985. Beliau juga memiliki karya tulis berupa buku yang sangat banyak salah satu bukunya yaitu berjudul “Berusahalah, Biarkan Allah Mengurus Hidupmu.”

Muhammad Ainun Nadjib juga aktif melakukan *tabligh* di *Youtube*. Nama akun *Youtube* beliau adalah Caknun.com. Caknun.com dirilis pada 22 Februari 2013 dan sudah berumur 10 tahun. Konsep konten yang ada di akun youtube Caknun.com ini sebagian besar merupakan ide Cak Nun sendiri, juga masukan dari Sabrang Mowo Damar Panuluh (Noe Letto), Toto Rahardjo, Cak Zakki dan lainnya. Dalam Youtube Caknun.com menampilkan konten video tanya jawab seputar Islam, dokumenter kegiatan

tabligh, video mengenai suatu fenomena yang terjadi, video pembahasan mengenai nilai-nilai Islam dan masih banyak lagi. Diantara kontennya bernama “Mbah Nun Menjawab, Ngobrol Asyik Anak & Bapak, *Science and Religion*, Sinau Bareng (Maiyahan)” dan masih banyak lagi. *Youtube* Caknun.com per 25 November 2022 subscribarnya mencapai 974.000, dan total video mencapai 1.028, total penayangan dalam akun *Youtube* Caknun.com ini mencapai 120.476.205 kali ditonton. Video di akun *Youtube* Caknun.com banyak disukai oleh semua kalangan khususnya pemuda, karena menyukai gaya penyampaian, gagasan yang Cak Nun sampaikan, hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya komentar positif yang terdapat pada kolom komentar, salah satu komentar positifnya terdapat dalam video yang berjudul “Mengatasi Penderitaan dengan Hasbunallah” *subscriber* yang bernama Nurul Laily mengatakan:

“Alhamdulillah matur nuwun mbah... Setiap apa yang sedang saya rasakan dan saya alami selalu muncul video dari mbah nun tentang solusi dan penenang jiwa tentang masalah yang saya alami... entah kebetulan atau bagaimana bisa nyambung... matur nuwun mbah wejangannya...semoga panjenengan diparingi sehat dan Panjang umur. Aamiin.”

Selain itu ada juga komentar positif dalam video yang berjudul “Awas Bias antara Sains and Religion” *subscriber* yang bernama Rizky Panerang mengatakan:

“Saya *basicy* Islam. Sempat mengalami hari yang cukup berat dan memutuskan untuk berhenti sejenak mengimani Tuhan. Saya cari berbagai sumber yang kabarnya dari sains, saya tidak menemukan titik terang. Tetapi setelah saya menonton diskusi diatas saya cukup paham dengan apa yang saya rasakan sekarang. Saya yakin bahwa kemampuan berfikir intelektual itu terbatas. Maka dari itu dibutuhkan agama itu. Terima kasih ya Allah, saya benar-benar percaya, saya ingin beriman lagi, terima kasih banyak.”

Melihat penjelasan diatas maka peneliti tertarik untuk mengetahui dan ingin meneliti mengenai pengaruh kredibilitas seorang *mubaligh* dalam kegiatan *tabligh* di sosial media *Youtube*, dengan judul penelitian “Pengaruh Kredibilitas Mubaligh Muhammad Ainun Nadjib Terhadap Minat Pemuda dalam Menonton Kajian Islam di *Youtube* Caknun.com (Studi Kausalitas Pada Subscriber *Youtbe* Caknun.com).”

B. Perumusan Masalah

Dengan memperhatikan latar belakang masalah penelitian yang diuraikan diatas, maka fokus penelitian masalah ini adalah: “Pengaruh Kredibilitas Mubaligh Muhammad Ainun Nadjib Terhadap Minat Pemuda dalam Menonton Kajian Islam di Youtube Caknun.com (Studi Kausalitas Pada Subscriber Youtube Caknun.com)” Dari fokus penelitian di atas, diajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana kredibilitas Muhammad Ainun Nadjib dalam hal: keahlian, kepercayaan, kedinamisan, sosiabilitas, koorientasi dan karisma?
2. Bagaimana minat pemuda dalam menonton kajian Islam di Youtube Caknun.com?
3. Bagaimana pengaruh kredibilitas Muhammad Ainun Nadjib terhadap minat para pemuda?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengkaji “Pengaruh Kredibilitas Mubaligh Muhammad Ainun Nadjib Terhadap Minat Pemuda dalam Menonton Kajian Islam di Youtube Caknun.com” yang meliputi:

1. Untuk mengetahui gambaran yang jelas tentang kredibilitas Muhammad Ainun Nadjib dalam hal: keahlian, kepercayaan, kedinamisan, sosiabilitas, koorientasi dan karisma.
2. Untuk mengetahui minat pemuda dalam menonton kajian Islam di Youtube Caknun.com.
3. Untuk mengetahui pengaruh kredibilitas Muhammad Ainun Nadjib terhadap minat pemuda.

D. Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang ingin dikaji menurut Dakwah dan Komunikasi Penyiaran Islam serta menjawab pertanyaan fokus penelitian “Pengaruh Kredibilitas Mubaligh Muhammad Ainun Nadjib Terhadap Minat Pemuda dalam Menonton Kajian Islam di Youtube Caknun.com” yaitu tujuannya adalah:

1. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat berupa sumbangan pemikiran untuk Ilmu *Tabligh* pada umumnya. Khususnya dalam bidang pengaruh atau hubungan antara kredibilitas *mubaligh* dengan minat *muballagh* dikalangan pemuda. Selain itu memberikan wacana baru dalam aspek metodologi penelitian Ilmu Dakwah *At-Tabligh* perihal hubungan kredibilitas *mubaligh* dengan minat *muballagh*, yang kemudian hasilnya dapat dijadikan perbendaharaan ilmiah di bidang komunikasi dan dakwah.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran dalam mengembangkan metode *tabligh* yakni sebuah pengetahuan baru kepada para *mubaligh/mubalighah* yang akan berdakwah khususnya dalam menghadapi *muballagh* kalangan pemuda. Juga sebagai masukan bagi para *mubaligh/mubalighah* agar lebih memperhatikan kredibilitas sesuai dengan sasaran *tabligh* yang dihadapi sehingga apa yang menjadi tujuan *tabligh* dapat tercapai. Hal ini menjadi informasi bagi mahasiswa dakwah yang akan terjun sebagai calon *mubaligh* dalam menyebarkan ajaran Islam ditengah-tengah masyarakat.

E. Kajian Penelitian yang Relevan

Terdapat beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan memiliki keterkaitan dengan penelitian ini, diantaranya yaitu:

1. Kredibilitas Mubaligh Masjid Besar Al-Muhajirin (Studi Penelitian Deskriptif Kredibilitas Mubaligh di Masjid Besar Al-Muhajirin Komplek Margaasih Permai Kecamatan Margaasih Kabupaten Bandung). Oleh Sri Rastita Praniti, 2014. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dekriptif. Dari hasil penelitian di lapangan, diperoleh data yang menunjukkan bahwa mubaligh Masjid Besar Al-Muhajirin Komplek Margaasih Kecamatan Margaasih Kabupaten Bandung, belum sepenuhnya memiliki kredibilitas yang mumpuni

sebagai seorang pelaku tabligh. Hal ini terindikasi dari penilaian komponen ethos cukup pada diri mubaligh, namun komponen pathos, dan logos yang masih kurang sebagai satu aspek yang menjadikan utuhnya kredibilitas seorang mubaligh. Berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa bahwa kredibilitas mubaligh Masjid Besar Al-Muhajirin Komplek Margaasih Kecamatan Margaasih Kabupaten Bandung belum terpenuhi sebagai seorang pelaku tabligh.

2. Kredibilitas Da'i dengan keseriusan Jama'ah dalam menyimak ceramah: Studi deskriptif tentang kredibilitas Da'i di Majelis Ta'lim Al-A'raf Rancakamurang Rw 08 Gedebage Kota Bandung. Oleh Siti Barokah, 2017. Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa keseriusan jama'ah dalam menyimak ceramah mayoritas dipengaruhi oleh retorika da'i. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tafsir logika yang dihubungkan dengan konteks Dakwah Komunikasi Penyiaran Islam. Dari hasil analisis data menunjukkan bahwa da'i masjid Al-A'raf memenuhi ketiga indikator kredibilitas, yang menunjukkan bahwa mayoritas da'i memiliki Etos yaitu bakat keahlian, dan relevansi materi dengan perkembangan zaman; Patos yaitu da'i selalu meninjau emosi dan karakter jama'ah; dan logos yaitu da'i memiliki argumentasi yang kuat. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kredibilitas da'i di Masjid Al-A'raf sangat baik
3. Pengaruh Kredibilitas Ustadz Rahmat Baequni Terhadap Minat Para Pemuda Dalam Mengikuti Kajian Islam (Studi Deskriptif di Masjid Al-Lathiif Jalan Saninten 2 Bandung Jawa Barat). Oleh Mutmainah Guntur, 2016. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif. Dari data-data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan angket, akhirnya penulis dapat menafsirkan dan menyimpulkan bahwa Ustadz Rahmat Baequni sangat berkredibilitas di mata para jamaah pemuda Masjid Al-Lathiif dan kredibilitas beliau tersebut sangat mempengaruhi minat para pemuda dalam mengikuti kajian Islam yang

berlangsung secara rutin di Masjid Al-Lathiif jalan Saninten 2 Bandung Jawa Barat. Oleh karena itu, dapat di interpretasikan bahwa semakin tinggi kredibilitas seorang da'i maka akan semakin tinggi pula minat mad'u untuk mengikuti kegiatan kajian Islam, khususnya yang berada di Masjid Al-Lathiif Jalan Saninten 2 Bandung Jawa Barat.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya diatas, maka persamaannya dengan penelitian yang akan dilakukan ini lebih berfokus pada urgensi kredibilitas *mubaligh* dalam berdakwah. Sedangkan perbedaannya, pada penelitian mengenai Pengaruh Kredibilitas *Mubaligh* Muhammad Ainun Nadjib Terhadap Minat Pemuda dalam Menonton Kajian Islam di Youtube Caknun.com yaitu subjek dan objek penelitian yang berbeda. Selain itu penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis regresi linear sederhana, kemudian menggunakan teori Jalaludin Rakhmat dan ditambah dengan teorinya Koehler, Annatol, dan Applbaun mengenai kredibilitas dan teorinya Lester D. Crow & Alice Crow tentang minat. Hal itu diperkuat juga karena belum ada yang melakukan penelitian mengenai pengaruh kredibilitas *mubaligh* Muhammad Ainun Nadjib terhadap minat pemuda dalam menonton kajian Islam di *Youtube* Caknun.com.

F. Kerangka Pemikiran

1. Landasan Teoritis

Dalam konsep Islam *tabligh* adalah suatu kewajiban yang harus dilakukan oleh seluruh umat manusia. Dalam penyampaian *tabligh* diperlukan kepiawaian tertentu agar pesan *tabligh* yang disebarkan bisa memberikan suatu perubahan terhadap masyarakat. Dengan begitu ujung tombak dari keberhasilan tersampainya pesan *tabligh* dalam kegiatan *tabligh* adalah *mubaligh* selaku pelaku utama.

Dalam skripsi ini secara teoritis penulis menggunakan teori dari Jalaluddin Rakhmat dan ditambah menggunakan teorinya Koehler, Annatol, dan Applbaun yakni dalam menentukan kredibilitas seseorang dapat dilihat dari (Rakhmat, 2004: 257)

- a. Keahlian (kesan yang diciptakan oleh komunikator terhadap kemampuan komunikator dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan).
- b. Kepercayaan (kesan komunikator terhadap komunikator yang berkaitan dengan wataknya).
- c. Kedinamisan (dalam komunikasi dinamisisme memperkokoh kesan keahlian dan kepercayaan).
- d. Sosiabilitas (kesan komunikator tentang komunikator sebagai orang yang periang dan senang bergaul).
- e. Koorientasi (kesan komunikator tentang komunikator sebagai orang yang mewakili kelompok yang *muballigh* senang)
- f. Karisma (salah satu jalan untuk mendapatkan kepercayaan komunikator)

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

Adapun ciri minat, menurut Lester D. Crow & Alice Crow (dalam Hurlock 1993:215) yaitu:

- a. Perhatian terhadap objek yang diminati secara sadar, spontan, wajar, tanpa paksaan. Faktor ini ditunjukkan dengan perilaku tidak mudah goyah, artinya tidak mudah terbujuk untuk pindah ke yang lain.
- b. Perasaan senang terhadap objek. Faktor ini ditunjukkan dengan perasaan puas setelah mendapatkan sesuatu.
- c. Konsisten terhadap objek yang diminati selama objek tersebut efektif bagi dirinya.
- d. Pencarian objek yang diminati, faktor ini ditunjukkan dengan perilaku tidak putus asa untuk mengikuti model yang diinginkan.
- e. Pengalaman yang didapat selama perkembangan individu tidak bersifat bawaan, menjadi sebab atau akibat dari pengalaman yang

lalu, individu tertarik pada sesuatu yang diinginkan karena pengalaman yang dirasa menguntungkan bagi dirinya.

Jadi dapat disimpulkan bahwa ciri minat menurut Lester D. Crow & Alice Crow:

- a. Dimensi perhatian. Perhatian terhadap objek yang diminati secara sadar, spontan, wajar tanpa paksaan.
- b. Dimensi rasa. Perasaan senang terhadap objek yang menarik perhatian.
- c. Dimensi ketertarikan. Pencarian objek yang diminati, faktor ini ditunjukkan dengan perilaku tidak putus asa untuk mengikuti model yang diinginkan.
- d. Dimensi manfaat. Pengalaman yang didapat selama perkembangan individu dan tidak bersifat bawaan, yang dapat menjadi sebab atau akibat dari pengalaman yang lalu. Individu tertarik dan konsisten pada sesuatu yang diinginkan karena pengalaman yang dirasa menguntungkan bagi dirinya.

Untuk lebih jelas tentang pengaruh kredibilitas *mubaligh* terhadap minat pemuda dalam menonton kajian Islam di *Youtube Caknun.com*, maka harus memahami keadaan variabel pertama yaitu pengaruh kredibilitas *mubaligh* Muhammad Ainun Nadjib yang terdiri dari unsur: keahlian, kepercayaan, kedinamisan, sosiabilitas, koorientasi dan karisma seorang *mubaligh* tersebut. Kemudian memahami variabel kedua yaitu minat pemuda dalam menonton kajian Islam di *Youtube Caknun.com* dilihat dari dimensi perhatian, rasa, ketertarikan dan manfaat.

Secara konseptual terdapat beberapa tinjauan diantaranya ialah: tinjauan tentang *tabligh*, tinjauan tentang *mubaligh*, tinjauan tentang kredibilitas.

a. Tinjauan Tentang *Tabligh*

Secara etimologi *tabligh* berasal dari kata kerja “*ballagha-yuballighu-tablighan*”. Yang artinya menyampaikan. Menurut

pandangan M. Natsir *tabligh* berarti *ballagha*, yang artinya menyampaikan dengan sempurna, seperti dalam kalimat *ballaghul mubin* yang artinya menyampaikan keterangan yang jelas, sedemikian rupa, sehingga dapat diterima oleh akal dan dapat ditangkap oleh hati, kemudian dapat pula dicerna oleh keduanya. (Natsir, 1999: 74)

Adapun yang dimaksud dengan unsur-unsur *tabligh* adalah komponen-komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan *tabligh*. Unsur-unsur dakwah tersebut ialah: *Mubaligh* (pelaku *tabligh*), *Muballagh* (mitra *tabligh* atau penerima *tabligh*), *Maudu at-Tabligh* (materi *tabligh*), *Wasilah at-Tabligh* (media *tabligh*), *Uslub at-Tabligh* (metode *tabligh*). (Amin, 2002: 72)

b. Tinjauan Tentang *Mubaligh*

Mubaligh adalah orang yang menyampaikan pesan ajaran Islam. Sehingga seorang *mubaligh* harus menjadi teladan umat dan menjadi penuntun mereka (masyarakat) serta memelopori mereka dalam perbuatan, untuk menegakkan amar ma'ruf yang dianjurkannya, mendahului mereka dalam menjauhkan diri dari kemungkaran yang diperintahkan, mendahului mereka dalam menegakkan akhlak dan moral yang tinggi. Artinya seorang *mubaligh* harus memiliki akhlaqul karimah sehingga *mubaligh* tersebut dapat dikatakan sebagai teladan umat. (Aziz, 2004: 74)

Adapun persyaratan menjadi seorang *mubaligh* diantaranya; memiliki akidah yang kuat, beribadah fardu atau sunnah, memiliki akhlak yang baik, memiliki ilmu yang banyak, fasih berbicara, fisik kuat dan berdedikasi tinggi berjuang dalam dakwah. Adapun status *mubaligh*, dalam hal ini bukan hanya sebatas berceramah dan memenuhi undangan pengajian, ada status yang sangat penting dari seorang *mubaligh* diantaranya ialah; sebagai pemimpin, mujahid, objek *tabligh*, pembawa misi dan pembangun.

c. Tinjauan Tentang Kredibilitas

Kredibilitas menurut *Oxford Dictionary* bermakna “*the quality of being believable or trustworthy*” (kualitas pribadi yang dapat dipercaya). Terdapat dua hal yang terdapat dalam kredibilitas, pertama kredibilitas adalah persepsi komunikasi dan yang kedua kredibilitas berkenaan dengan sifat-sifat komunikator. (Aziz, 2004: 257)

Terdapat dua komponen penting yang terkandung dalam kredibilitas yaitu keahlian dan kepercayaan, kemudian ditambah lagi dengan teori Jalaluddin Rakhmat, Koehler, Annatol dan Applbaun yaitu: keahlian, kepercayaan, kedinamisan, sosiabilitas, kooerientasi dan karisma. Aspek-aspek kredibilitas terbagi menjadi dua yaitu kredibilitas ekstrinsik dan intrinsik.

2. Kerangka Konseptual

Skema Kerangka Berfikir Sesuai Teori Jalaluddin Rakhmat, teorinya Koehler, Annatol, dan Applbaun tentang kredibilitas dan juga teori dari Lester D. Crow & Alice Crow tentang timbulnya minat.

Gambar 1.1

Bagan kerangka Konseptual Penelitian

Pengaruh Kredibilitas Mubaligh Muhammad Ainun Nadjib Terhadap Minat Pemuda dalam Menonton Kajian Islam di Youtube Caknun.com

(x)

(y)

Kredibilitas Mubaligh

1. Dimensi keahlian
 2. Dimensi kepercayaan
 3. Dimensi kedinamisan
 4. Dimensi sosiabilitas
 5. Dimensi koorientasi
 6. Dimensi karisma
- (Jalaludin Rakhmat, 2004:257)

Minat Pemuda

1. Dimensi perhatian
 2. Dimensi rasa
 3. Dimensi ketertarikan
 4. Dimensi manfaat
- (Lester D. Crow & Alice Crow, 1993:215)

G. Operasional Variabel

Menurut Sugiyono di dalam bukunya (2017:38) Definisi Operasionalisasi Variabel sebagai berikut: “Operasional variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian di tarik kesimpulannya.” Operasionalisasi variabel ini diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Selain itu, proses ini juga untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar.

Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih yaitu Pengaruh Kredibilitas Mubaligh Muhammad Ainun Nadjib Terhadap Minat Pemuda dalam Menonton Kajian Islam di Youtube Caknun.com maka variabel-variabel yang akan dijelaskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (X)

Definisi Variabel Bebas menurut Sugiyono (2017: 64) adalah sebagai berikut: “Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).” Maka variabel bebas pada penelitian ini adalah Kredibilitas Mubaligh (X)

2. Variabel Terikat (Y)

Definisi Variabel Terikat menurut Sugiyono (2017:64) adalah sebagai berikut: “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Maka variabel terikat atau variabel dependen pada penelitian ini adalah Minat Pemuda yaitu sebagai variabel Y.

Untuk memperjelas mengenai variabel-variabel yang akan penulis teliti, berikut tabel 1.1 operasional variabel penelitian.

Tabel 1.1 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator
X: Kredibilitas Mubaligh	1. Keahlian	<ul style="list-style-type: none"> a. Muhammad Ainun Nadjib adalah seorang <i>mubaligh</i> yang mampu memberikan jawaban yang lengkap. b. Materi tabligh Muhammad Ainun Nadjib selalu <i>up to date</i>. c. Muhammad Ainun Nadjib menyampaikan materi tabligh dengan contoh dan istilah yang tepat.
	2. Kepercayaan	<ul style="list-style-type: none"> a. Muhammad Ainun Nadjib menyampaikan materi tabligh berdasarkan sumber yang jelas. b. Muhammad Ainun Nadjib memiliki pengalaman yang banyak dalam bertabligh. c. Muhammad Ainun Nadjib memiliki latar belakang pendidikan formal dan nonformal dalam dunia tabligh.
	3. Kedinamisan	<ul style="list-style-type: none"> a. Muhammad Ainun Nadjib menyisipkan shalawat dengan diiringi alat musik saat bertabligh untuk menghidupkan suasana. b. Muhammad Ainun Nadjib seorang <i>mubaligh</i> yang humoris ketika bertabligh. c. Muhammad Ainun Nadjib berani menyampaikan pesan tabligh mengenai permasalahan yang kontroversial.
	4. Sosiabilitas	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Muballagh</i> tidak sungkan menyampaikan permasalahan pribadi kepada Muhammad Ainun Nadjib b. Muhammad Ainun Nadjib sering menyapa <i>muballagh</i>. c. Muhammad Ainun Nadjib sering mengajak <i>muballagh</i> untuk diskusi. d. Muhammad Ainun Nadjib sering menanggapi pertanyaan <i>muballagh</i>.
	5. Koorientasian	<ul style="list-style-type: none"> a. Pesan <i>tabligh</i> yang disampaikan Muhammad Ainun Nadjib sepaham dengan pemahaman saya. b. Ideologi Muhammad Ainun Nadjib sama dengan ideologi saya.

		<ul style="list-style-type: none"> c. Muhammad Ainun Nadjib memiliki pandangan yang sama dengan saya mengenai nilai-nilai Islam.
	6. Karisma	<ul style="list-style-type: none"> a. Muhammad Ainun Nadjib adalah orang yang berwibawa dalam bertabligh. b. Muhammad Ainun Nadjib adalah orang yang dihormati oleh <i>muballagh</i> terlebih kalangan pemuda/i. c. Perilaku Muhammad Ainun Nadjib patut untuk ditiru.
Y: Minat Pemuda	1. Perhatian	<ul style="list-style-type: none"> a. Saya sering mendengarkan pesan-pesan tabligh yang disampaikan Muhammad Ainun Nadjib dalam akun Youtube Caknun.com. b. Saya sering memperhatikan pesan-pesan tabligh yang disampaikan oleh Muhammad Ainun Nadjib dalam akun Youtube Caknun.com. c. Saya sering mengimplementasikan pesan tabligh yang disampaikan Muhammad Ainun Nadjib dalam akun Youtube Caknun.com.
	2. Rasa	<ul style="list-style-type: none"> a. Saya merasa senang ketika menonton kajian Islam Muhammad Ainun Nadjib pada akun Youtube Caknun.com b. Saya merasa kagum dengan Muhammad Ainun Nadjib ketika menyampaikan pesan tabligh. c. Saya menghormati Muhammad Ainun Nadjib sebagai seorang <i>mubaligh</i>.
	3. Ketertarikan	<ul style="list-style-type: none"> a. Saya menantikan konten kajian Islam terbaru dari akun Youtube Caknun.com. b. Saya sering menonton kajian Islam Muhammad Ainun Nadjib di Youtube Caknun.com. c. Saya membagikan konten kajian Islam di Youtube Caknun.com ke media social saya.
	4. Manfaat	<ul style="list-style-type: none"> a. Saya mendapatkan banyak ilmu pengetahuan setelah menonton kajian Islam di akun Youtube Caknun.com b. Saya termotivasi setelah menonton kajian Islam di akun Youtube Caknun.com.

		c. Waktu saya menjadi berharga ketika saya menonton kajian Islam di akun Youtube Caknun.com.
--	--	--

H. Hipotesis

Hipotesis nol (H_0) > Hipotesis Kerja (H_1): “Tidak terdapat pengaruh kredibilitas *mubaligh* Muhammad Ainun Nadjib terhadap minat pemuda dalam menonton kajian Islam di *Youtube* Caknun.com.”

Hipotesis kerja (H_1) > Hipotesis nol (H_0): “Terdapat pengaruh kredibilitas *mubaligh* Muhammad Ainun Nadjib terhadap minat pemuda dalam menonton kajian islam di *Youtube* Caknun.com”.

I. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah akun *Youtube* Caknun.com, lokasi ini dipilih dengan alasan:

- a. Objek penelitiannya adalah pemuda subscriber akun *Youtube* Caknun.com.
- b. Lokasi mudah dijangkau sehingga memudahkan dalam proses pengumpulan data.

2. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah positivistik. Menurut Sugiyono (dalam Nirmala, 2017: 45) penelitian kuantitatif disebut sebagai penelitian positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivism. Filsafat positifisme memang sebuah realitas, gejala atau fenomena sebagai hal yang dapat diklarifikasikan, konkrit, teramati, terukur, relative tetap, dan dapat hubungan sebab akibat.

Menurut Suharsaputra (2012: 50), penelitian kuantitatif yang berlandaskan pada paham empirisme positivisme melihat bahwa kebenaran berada dalam fakta-fakta yang dapat dibuktikan atau diuji secara empiris. Penelitian ini mengelaborasi tiga poin penting untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam. Poin yang pertama

yaitu menjelaskan fenomena atau gejala yang terjadi sebagai gambaran akan keingintahuan dan keinginan untuk mendapatkan pemahaman mengenai kondisi atau kejadian. Poin kedua yaitu penggunaan data numeric atau data dalam bentuk angka sebagai bahan utama untuk melakukan analisis. Poin ketiga yaitu menggunakan statistik dalam melakukan analisis. Prosedur pelaksanaan penelitian kuantitatif amat ketat karena umumnya penelitian ini dilakukan untuk memverifikasi sebuah teori melalui pengujian hipotesis yang sejak awal sudah ditentukan dengan mengacu pada teori tertentu.

Pendekatan yang digunakan adalah kausalitas. Karena memandang realitas, gejala, atau fenomena sebagai sesuatu yang dapat dikategorikan, konkret, dapat diamati, dapat diukur, relatif tetap, dan kausal. Penelitian kausalitas menjelaskan desain penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antarvariabel.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara ilmiah dalam mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Kuantitatif adalah suatu pendekatan yang memungkinkan dilakukan pencatatan data hasil penelitian secara nyata dalam bentuk angka sehingga memudahkan dalam bentuk penafsirannya (Sugiyono, 2001:2).

Metode yang digunakan adalah analisis regresi linear, lebih tepatnya analisis regresi linear sederhana, yaitu hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan dependen apakah positif atau negatif serta untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan nilai. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Analisis regresi linear sederhana menggambarkan dua variabel, untuk mempelajari bagaimana variabel-variabel tersebut berhubungan (Sudjana, 2005:310). Teknik regresi ini menganalisis hubungan sebab akibat antara Variabel (X) Kredibilitas mubaligh Muhammad Ainun Nadjib dan (Y) minat pemuda dalam menonton kajian Islam di Youtube Caknun.com. Dalam penelitian ini hubungan sebab akibat yaitu dengan cara mencari tahu apakah kredibilitas mubaligh Muhammad Ainun Nadjib berpengaruh terhadap minat pemuda dalam menonton kajian Islam di Youtube Caknun.com.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian merupakan jawaban atas pertanyaan yang diajukan dalam rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif. Diantara data kuantitatif yang diperlukan dalam penelitian ini yakni diantaranya:

- 1) Data tentang kredibilitas Muhammad Ainun Nadjib
- 2) Data penyebab minat pemuda dalam menonton kajian Islam Muhammad Ainun Nadjib di *Youtube* Caknun.com.
- 3) Data tentang faktor pengaruh kredibilitas Muhammad Ainun Nadjib terhadap minat pemuda dalam menonton kajian Islam beliau di *Youtube* Caknun.com.

b. Sumber Data

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

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber utama. Sumber utama tersebut ialah diperoleh dari pemuda yang mensubscriber *Youtube* Caknun.com.

2) Sumber Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari pihak lain atau pihak pendukung, dapat diperoleh dari buku-buku, arsip, dokumentasi *Youtube* Caknun.com, atau referensi lainnya yang berkaitan dengan penelitian.

5. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Adapun yang dijadikan populasi pada penelitian ini yakni pemuda yang rentan usianya dari 16 sampai 30 tahun yang mengikuti *Youtube* Caknun.com yang jumlahnya 974.000.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2012: 81) Agar jumlah sampel yang digunakan representative dengan populasi, maka jumlah sampel yang digunakan dihitung menggunakan rumus tertentu. Dalam menghitung jumlah sampel yang dibutuhkan peneliti menggunakan rumus Malhotra. Menurut (Malhotra, 2006:291) dalam analisis ukuran sampel yang diambil dapat ditentukan dengan cara mengalikan jumlah indikator dengan 5, atau $5 \times$ jumlah variabel. (Indrawan dan Yaniawati, 2014: 103) Dengan demikian 5×6 variabel = 30 responden. Variable penelitian diantaranya adalah usia, gender, pekerjaan, domisili, kredibilitas dan minat. Kerlinger dan Lee (2000: 120) menyarankan sebanyak 30 sampel sebagai jumlah minimal sampel dalam penelitian kuantitatif. Selain itu, Singarimbun dan Effendi, dalam bukunya yang berjudul “Metode Penelitian Survei” juga menyebutkan bahwa jumlah minimal responden survei adalah minimal 30 responden. Dengan minimal 30 orang, sebaran nilai kuesioner akan mendekati kurva normal.

Hal lain yang harus dipertimbangkan selain besar sampel adalah sampel yang ada haruslah representatif dan kerepresentatifan sampel bukanlah besar dari sampel. Oleh karena itu, Kline (1986)

menyatakan bahwa poin yang lebih penting dari besar sampel adalah kerepresentatifan dari sampel. Besar sampel yang kecil namun representatif jauh lebih baik dibanding jumlah sampel yang banyak namun bias.

6. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang empiris, penulis menggunakan teknik koesioner (Angket). Penyebaran angket mempunyai tujuan untuk memperoleh data yang sebanyak-banyaknya dalam waktu yang relatif singkat. Dalam penelitian ini angket yang nantinya akan digunakan merupakan teknik angket tertutup, yaitu angket yang sudah dipersiapkan jawabannya dalam bentuk pilihan (multiple choice). Yang kemudian disebarakan kepada responden terpilih. Adapun tujuan dari teknik ini ialah untuk mengumpulkan atau memperoleh data tentang kredibilitas Muhammad Ainun Nadjib, minat pemuda dalam menonton kajian Islam Muhammad Ainun Nadjib di Youtube Caknun.com dan pengaruh kredibilitas Muhammad Ainun Nadjib terhadap minat pemuda dalam menonton kajian Islam di Youtube Caknun.com.

7. Validitas dan Reabilitas

a. Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau keshahihan suatu instrument. Semakin tinggi validitas maka semakin valid atau shahih, semakin rendah validnya maka instrument kurang valid (Arikunto, 2009:2011)

Uji validitas dilakukan secara kuantitatif dengan menggunakan software Microsoft exel 2019 dan software SPSS (Statistical Product and Service Solution) version 24 For windows. Kriteria dalam menguji validitas butir kuesionerr adalah, Jika r hitung $>$ r table, maka butir pertanyaan tersebut valid, sedangkan Jika r hitung $<$ r table, maka butir pertanyaan tidak valid.

b. Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017:130) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan. Reliabilitas instrument diuji dengan menggunakan rumus Koefisien Reabilitas Alpha Cronbach karena ada data yang diperoleh berupa nilai skala.

Pengujian reliabilitas instrument dilakukan terhadap responden dalam populasi yang sama tetapi diluar sample. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan SPSS version 24 for windows. Metode yang digunakan dalam pengujian alat ukur pada penelitian ini ini adalah metode alpha Cronbach Alpha (α) yang terdapat pada program SPSS 24 for windows (Statistic Program For Social Science). Jika Cronbach Alpha lebih besar dari 0,5 maka alat uji tersebut dikatakan reliable. Harga koefisien berkisar antara 0 sampai dengan 1, semakin mendekati 1 maka semakin besar keandalan alat ukur tersebut dan menunjukkan konsistensi yang tinggi. Titik tolak ukur koefisien digunakan pedoman koefisien korelasi dari sugiono (2014:149) yang disajikan pada table berikut:

Table 1.2 Titik Tolak Ukur Reabilitas

Interval Koefisien Reabilitas	Tingkat Reabilitas
0,800-1,000	Sangat Reabilitas
0,600-0,800	Reabilitas
0,400-0,600	Cukup Reabilitas
0,200-0,400	Kurang Reabilitas
0,00-0,200	Tidak Reabilitas

Setelah data penelitian diperoleh, maka data tersebut dianalisis kembali.

8. Teknik Analisis Data

Setelah data-data terkumpul dengan lengkap, dalam penelitian ini diperoleh dari data kuantitatif, maka perhitungan dan penganalisisan data menggunakan SPSS dengan langkah-langkah analisis data sebagai berikut:

a. 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 atau 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 didalam skala itu menjelaskan seberapa setuju seorang responden, seperti “sangat setuju, setuju, tidak setuju.” Berikut ini table item respon dalam kuesioner skala likert.

Tabel 1.3 Penilaian Skala Likert

Urutan 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	

b. Analisis regresi linear sederhana

$$y = \beta_0 + \beta_1 X_1$$

Asumsi

- 1) Normalitas

Hipotesis

H0: residual menyebar normal

H1: residual tidak menyebar normal

2) Homoskedastisitas

Hipotesis

H0: residual menyebar homogen

H1: residual menyebar heterogen

3) Auoto Korelasi

Uji >

R Squares

Uji Simultan

Uji Partial

J. Rencana Jadwal Penelitian

Tabel 1.4 Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni
1	Seminar Proposal						
2	Penyebaran Angket						
3	Analisis Data						
4	Sidang Munaqosah						