

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dakwah adalah upaya memanggil, menyeru dan mengajak manusia menuju jalan Allah yaitu agama Islam. Selain itu, dakwah dapat diartikan sebagai suatu proses ajakan atau seruan kepada manusia untuk berbuat baik dan menjauhi keburukan serta mengikuti ajaran Allah SWT dan Rasulullah SAW agar hidup manusia sejahtera di dunia maupun akhirat.

Dalam Al-Qur'an pun Allah telah menjelaskan bahwa dari segolongan umat muslim harus ada yang aktif untuk menjalankan dakwah karena umat muslim dipercaya sebagai umat yang pandai untuk menyampaikan dan mengajak kepada yang baik dan menjauhi yang munkar. Selain itu, dakwah memiliki tujuan agar manusia dapat melakukan perubahan dari dalam dirinya menjadi lebih baik. Dengan begitu, inti dari dakwah adalah sebagai pengingat umat muslim agar berbuat yang ma'ruf dan menjauhi yang nahyi munkar.

Kehidupan manusia di bumi tentu tidak dapat dipisahkan dari kegiatan berdakwah karena dakwah merupakan sebuah sistem tatanan terpenting di kehidupan sosial umat muslim. Selain itu, manusia memiliki fitrah untuk selalu melaksanakan perintah Allah SWT sebagai bentuk ketaqwaan yang ada pada dirinya, salah satunya dengan menjalankan kegiatan dakwah.

Allah telah menugaskan manusia untuk melakukan kegiatan dakwah sebagai hamba-Nya yang dipercayai menjadi khalifah. Hal ini tentu

berlandaskan karena manusia diciptakan oleh Allah berbeda dengan makhluk lainnya. Hal yang membedakan manusia dengan makhluk Allah yang lain adalah karena manusia diberikan potensi akal sehingga dapat membedakan kebaikan dan keburukan. Oleh karena itu, tugas dakwah hanya dipercayakan kepada manusia untuk dilakukan di muka bumi dengan tujuan menjaga bumi serta menyebarkan agama Islam.

Dalam kehidupan di dunia segala hal telah diatur dan tidak ada satu aspek pun yang terlepas dari dakwah, baik bidang sosial, politik, ekonomi dan lainnya. Selain itu, dalam Islam pun kehidupan seseorang dari lahir hingga masuk ke dalam kubur sudah diatur sedemikian rupa sehingga dalam menjalankan kegiatan dakwah tentu tidak mudah dan harus dilakukan dengan sungguh-sungguh melalui metode yang tepat dan perlu dilakukan dengan cara yang baik.

Dakwah yang dilakukan haruslah melalui hikmah dan pengajaran yang baik sehingga dalam praktiknya, dakwah tidak boleh dilakukan dengan unsur paksaan maupun kekerasan. Oleh karena itu, materi yang disampaikan seharusnya sesuai dengan suasana dan keadaan mad'u agar terciptanya kesadaran yang lahir dalam dirinya sendiri. Dengan begitu nantinya dakwah dapat diterima diberbagai kalangan yang ada di masyarakat.

Melihat realitasnya, saat ini kebanyakan kalangan pemuda justru hidup dalam pergaulan yang bebas, dimana hidup hura-hura dan jauh dari syariat Islam menjadi sebuah hal yang dianggap biasa dan lumrah. Menurut Giorgio, M. M, et. al tahun 2020 mengatakan bahwa penelitian terbaru yang dilakukan di tahun 2018 ditemukan tingkat aborsi di pulau Jawa mencapai 42, 5 per 1000

perempuan berusia 15 hingga 49 tahun. Tingkatan ini lebih tinggi dari tingkat aborsi secara global yang berjumlah 39 per 1000 perempuan (WHO:2020). Hal ini menandakan bahwa kalangan pemuda di Indonesia sangat terbiasa hidup dengan pergaulan yang bebas.

Dari pernyataan di atas maka tentunya dakwah haruslah terus dijalankan oleh umat muslim kepada siapa pun dan kapan pun tanpa terkecuali. Dengan adanya kegiatan dakwah membuat manusia dapat dekat kepada Allah dan menjauhi larangan-Nya. Tentunya dakwah ini dilakukan dengan bersumber kepada Al-Quran dan As-Sunnah yang berfokus kepada pembahasan dasar aqidah, akhlak, syari'at dan muamalah. Keempat pembahasan tersebut termasuk ke dalam materi dakwah yang biasa disampaikan dari da'i kepada mad'unya.

Dalam proses dakwah terkadang muncul permasalahan yang terkait dengan materi dakwah, dimana materi dakwah seringkali menjadi faktor penghambat seseorang untuk mengikuti kajian keagamaan. Hal ini tentunya didasari pada faktor individu yang memiliki ketertarikan berbeda dengan yang lainnya, begitu pun dalam mengikuti suatu kajian keagamaan.

Pada dasarnya, materi dakwah terdiri dari beberapa hal yaitu pembahasan mengenai aqidah, akhlak, syari'at dan muamalah. Aqidah membahas mengenai keimanan seseorang, akhlak membahas mengenai perilaku seseorang, syariat membahas aturan baik sesama manusia maupun kepada Allah SWT sedangkan muamalah membahas mengenai aturan perdata umat muslim. Dari keempat materi tersebut, banyak dari pemuda hanya menyukai beberapa materi saja atau bahkan hanya satu materi yang ia sukai. Banyak pula yang mengikuti kajian

karena materi dakwah yang dibahas sesuai dengan kebutuhannya. Oleh karena itu, seorang da'i seharusnya dapat dengan mudah menentukan jalan keluar dari permasalahan keberagaman setiap individunya dengan pemilihan materi dakwah yang sesuai dan dapat mencakup seluruh mad'unya.

Minat merupakan dorongan yang muncul pada diri seseorang yang menimbulkan ketertarikan pada suatu objek tertentu. Minat juga dapat dipengaruhi faktor dari luar maupun dari dalam dirinya sendiri. Akan tetapi, biasanya minat dipengaruhi faktor psikis seseorang sehingga semakin tinggi minat yang dimiliki maka semakin tinggi kecenderungan seseorang untuk melakukannya dan mencapai tujuan tertentu. Dengan begitu seharusnya setiap umat muslim harus memiliki minat yang tinggi untuk mengikuti kajian keagamaan agar dapat memperdalam pengetahuan mengenai ilmu agama Islam dan meningkatkan ukhuwah islamiyahnya.

Dakwah sendiri dapat dilakukan oleh siapa pun, baik secara individu maupun kelompok karena faktor utama dari dakwah adalah proses penyampaian pesan dari da'i kepada mad'u bukan mengenai siapa yang membawa pesan tersebut. Islam pun mengajak kepada seluruh pengikutnya baik yang kaya maupun miskin, laki-laki atau perempuan, muda atau tua dan yang sempurna atau tidak untuk ikut berperan aktif dalam aktivitas dakwah. Oleh karena itu, saat ini selain banyak bermunculan pendakwah baru banyak juga muncul komunitas dakwah yang aktif dalam mengajak kajian keagamaan. Selain itu metode yang digunakannya pun beragam, mulai dari pemanfaatan sosial media,

website, beragam *event*, kolaborasi sesama komunitas dan masih banyak lagi menyesuaikan dengan perkembangan zaman.

Dengan banyaknya bermunculan berbagai komunitas yang berjalan dalam menyebarkan ajaran Islam, merupakan salah satu proses komunikasi yang terjadi di dalam kelompok sosial. Dengan kata lain, saat ini kajian komunikasi dapat menghasilkan spesialisasi dalam setiap interaksi komunikasi yang terjadi diantaranya mengenai psikologi komunikasi, sosiologi komunikasi, komunikasi kesehatan dan masih banyak lainnya.

Munculnya beragam komunitas yang memiliki visi dan misi yang sama membuat pergerakan dakwah saat ini terlihat kuat. Adanya komunitas dakwah diantara masyarakat juga dapat meningkatkan kehidupan keagamaan masyarakat yang lebih baik, terlebih lagi komunitas yang ada kini telah aktif menyebarkan dakwahnya melalui media sosial agar mencakup khalayak yang lebih banyak.

Adanya komunitas dakwah yang bermunculan sesuai dengan spesifikasinya, kini kalangan pemuda justru mulai beralih untuk mengikuti pengajian maupun kajian-kajian keislaman yang diadakan oleh beragam komunitas dan mulai meninggalkan kegiatan yang mendekati larangan Allah SWT. Akan tetapi, tidak dipungkiri bahwa masih banyak juga pemuda di luar sana yang jauh dengan agama Islam dan perlu didakwahi. Dengan beragam kegiatan dan metode dakwah yang menarik kini komunitas yang ada dapat mengajak kalangan pemuda untuk aktif menyebarkan agama Islam. Tentunya hal ini menjadi suatu fenomena yang sedang terjadi, dimana biasanya para

pemuda lebih menggemari kegiatan foya-foya daripada berlama-lama mengikuti kajian keagamaan. Hal ini tentu menjadi alasan beberapa orang untuk mengikuti sebuah komunitas dakwah agar memiliki teman yang bisa mengajak kepada kebaikan dan menyebarkan dakwah serta memperingati jika berbuat hal yang tidak disukai oleh Allah SWT.

Salah satu komunitas dakwah yang saat ini aktif bergerak dalam melakukan kegiatan dakwah adalah komunitas Funtalim. Funtalim merupakan sebuah komunitas yang aktif bergerak dalam melakukan kajian keagamaan. Selain itu komunitas ini berfokus di kalangan anak muda. Komunitas ini pun tidak hanya aktif secara langsung namun aktif pula dalam menggunakan sosial media khususnya di Instagram. Sampai saat ini, akun @funtalim telah memiliki pengikut sebanyak 13,8 ribu.

Pada awalnya, komunitas Funtalim hanya memiliki ratusan followers saja namun semakin hari semakin bertambah, begitu pula dengan anggota komunitasnya. Dilihat dari jumlah followers dan anggota komunitas yang terus bertambah setiap tahunnya, terbukti bahwa terdapat strategi yang baik dalam berjalannya komunitas Funtalim ini.

Kajian keagamaan tersebut dilakukan dengan rutin setiap minggunya, tepatnya setiap hari Kamis. Dalam melakukan kajian, biasanya membahas mengenai kisah para sahabat, tanda diterimanya ibadah, nikmat rezeki dan masih banyak topik lainnya. Kajian ini biasanya dilakukan di Masjid Al-Lathiif dan terbuka untuk umum tanpa dipungut biaya.

Keunikan dari komunitas Funtalim adalah karena di dalamnya tidak hanya berfokus dalam melakukan kajian keagamaan saja namun mereka kerap mengadakan kolaborasi dengan beberapa komunitas lainnya seperti @terascoffee.id dan komunitas lain yang berada di kota Bandung. Selain itu pengikut dan anggota komunitas Funtalim didominasi oleh kalangan anak muda yang merupakan generasi milenial dan generasi z. Tentunya hal tersebut merupakan sebuah keunikan tersendiri, karena saat ini kebanyakan kajian keagamaan lebih sering diikuti oleh generasi tua daripada generasi muda.

Dalam kajian yang dilakukan oleh komunitas Funtalim, terdapat pembagian materi dakwah yang meliputi aqidah, akhlak, syariat dan muamalah. Dari total keseluruhan anggota komunitas Funtalim yang berjumlah 126 orang, materi dakwah mengenai aqidah sangat diminati dibandingkan dengan materi lainnya.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, maka peneliti tertarik untuk mencari tahu mengenai hubungan yang terjadi antara materi dakwah dengan minat kajian generasi milenial khususnya di dalam komunitas Funtalim. Peneliti ingin mengetahui seberapa besar hubungan tersebut dan apakah hubungan tersebut bersifat positif atau negatif.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diulas oleh penulis seperti di atas, penulis dapat merumuskan masalah yaitu seberapa besar hubungan antara materi dakwah dengan minat kajian di kalangan generasi milenial pada komunitas Funtalim?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dikaji, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara materi dakwah dengan minat kajian di kalangan generasi milenial pada komunitas Funtalim.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya sebagai berikut:

1. Secara Akademis

Dalam pengembangan ilmu pengetahuan, penelitian ini dapat menjadi referensi dan pengetahuan bagi penulis lainnya khususnya yang berkaitan dengan dakwah pada pergerakan komunitas. Selain itu, memberikan pemahaman dan menambah wawasan bagi civitas akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

2. Secara Praktis

Kegunaan secara praktis dari penelitian ini adalah untuk memberikan contoh dalam mengemas dan menyampaikan materi dakwah secara kreatif dan menarik sehingga akan meningkatkan minat serta dapat dengan mudah mengajak khalayak dalam mengikuti kajian keagamaan.

E. Kajian Penelitian yang Relevan

Dalam penelitian ini terdapat acuan untuk memperkaya teori yang diambil dari penelitian terdahulu. Selain itu, untuk menghindari terjadinya kesamaan dalam penelitian ini, maka penulis tampilkan beberapa kajian terdahulu yang relevan diantaranya yaitu:

1. Penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Pesan Dakwah Terhadap Minat Mengikuti Pengajian Agama (Studi Pada Akun Instagram @remisyaoofficial)” oleh Chasna Muthoatul menggunakan metode survey dengan teknik analisis regresi sederhana. Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu Teori Perbedaan Individu (*Individual Differences Theory*). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pesan dakwah Instagram @remisyaoofficial terhadap minat mengikuti pengajian agama dengan nilai koefisien regresi sebesar 1,008 dan nilai t sebesar 6,651 dengan tinggi dan rendahnya minat dapat dilihat melalui pesan dakwah Instagram @remisyaoofficial. Dalam penelitian ini, terdapat perbedaan berupa metode perhitungan yang digunakan, objek yang dilakukan pada sosial media, dan teori sedangkan persamaannya terletak pada bagian variable x yang membahas mengenai pesan dakwah serta mengkaji minat mad'u untuk mengikuti pengajian agama.
2. Penelitian berupa jurnal dengan judul “Hubungan Antara Materi Dakwah Komunitas Jejak Sahabat dengan Pengetahuan Agama Islam Mahasiswa Universitas Islam Bandung” menggunakan metode analisis

korelasional dan teori Stimulus-Respon. Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat hubungan antara variabel x dan y sejumlah 0,775. Dalam penelitian ini terdapat kesamaan berupa metode perhitungan korelasi, teori dan variable x mengenai materi dakwah sedangkan perbedaannya yaitu variable y yang digunakan berfokus kepada pengetahuan mahasiswa Unisba.

3. Pada penelitian skripsi berjudul “Peranan Pesan Dakwah Di Instagram Terhadap Meningkatnya Minat Keagamaan Mahasiswa Psikologi UMA” menggunakan teori tindakan beralasan dan metode yang digunakan yaitu kualitatif dengan teknik analisis deskriptif. Hasil dari penelitian ini ditemukan tiga peran pesan dakwah di Instagram dalam meningkatkan minat yaitu, merubah persepsi, memberikan motivasi dan menjadi penasehat yang mengingatkan setiap waktu. Selain itu terdapat perbedaan dari segi teori, metode, analisis yang dilakukan di Instagram, objek yang diteliti mahasiswa dan berfokus kepada minat keagamaan bukan minat kajian. Kesamaan yang terdapat pada penelitian ini yaitu menganalisis mengenai pesan dakwah terhadap minat.
4. Dalam penelitian skripsi yang dilakukan oleh Trisnawati Evi dengan judul “Hubungan Populalitas Da’i dengan Minat Mad’u untuk Mengikuti Kegiatan Tabligh” menggunakan metode analisis korelasional dan teori popularitas da’i dan perspektif dakwah. Hasil penelitian ini mengatakan bahwa popularitas da’i dalam kegiatan tabligh dapat dikatakan cukup dan minat mad’u mengikuti kegiatan tabligh

cukup dengan nilai hubungan sejumlah 8,527. Terdapat persamaan yaitu menggunakan metode perhitungan korelasi dan variable y berupa minat dalam mengikuti kajian Islam sedangkan perbedaannya yaitu variable x mengenai popularitas da'i bukan materi dakwah.

5. Pada penelitian skripsi yang dilakukan oleh Patty Fryna Sepvania Vavoni dengan judul “Pengaruh Media Webtoon Ramadhan 2017 Terhadap Minat Remaja SMA Hang Tuah 1 Surabaya Pada Pesan Dakwah” digunakan metode berupa analisis korelasi dengan menggunakan teknik skala media dan skala minat sedangkan teori yang digunakan adalah teori minat dan teori pesan dakwah. Dari hasil penelitian tersebut didapatkan bahwa terdapat pengaruh yang terjadi diantara variabel x dan y dengan hasil r hitung = 0,509 dan p signifikansi 0,000, t tabel 0,207 maka r hitung $>$ r tabel dan $p < 0,05$ yang artinya semakin tinggi pengaruh webtoon maka akan semakin tinggi minat rema SMA Hang Tuah 1. Pada penelitian ini terdapat perbedaan dari objek penelitian yang berfokus kepada remaja SMA dan variabel x mengenai webtoon sedangkan persamaan yang terlihat adalah analisis yang dilakukan menggunakan korelasi dengan rumus *pearson product moment* dan meneliti mengenai pesan dakwah serta minat.

Tabel 1.1 Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

No.	Judul Penelitian	Nama	Tahun	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1.	Pengaruh Pesan Dakwah Terhadap Minat Mengikuti Pengajian Agama (Studi Pada Akun Instagram @remisyaofficial)	Chasna Muthoatul	Skripsi, 2021	Kuantitatif, analisis regresi sederhana	Terdapat pengaruh pesan dakwah Instagram @remisyaofficial terhadap minat mengikuti pengajian agama dengan nilai koefisien regresi sebesar 1,008 dan nilai t sebesar 6,651.	Metode perhitungan yang digunakan, objek yang dilakukan pada sosial media dan teori	Variable x yang membahas mengenai pesan dakwah serta mengkaji minat mad'u untuk mengikuti pengajian agama
2.	Hubungan Antara Materi Dakwah Komunitas Jejak Sahabat dengan Pengetahuan Agama Islam Mahasiswa Universitas Islam Bandung	Al-Hafizh Alvine Adam, Drajat M.Subur	Jurnal, 2021	Kuantitatif, teknik analisis korelasi	Terdapat hubungan antara variabel x dan y sejumlah 0,775.	Objek yang digunakan yaitu mahasiswa Unisba	Metode perhitungan korelasi, teori dan variable x mengenai materi dakwah
3.	Peranan Pesan Dakwah Di Instagram Terhadap Meningkatnya Minat Keagamaan Mahasiswa Psikologi UMA	Harahap Meliana	Skripsi, 2019	Kualitatif, Analisis Deskriptif	Hasil dari penelitian ini ditemukan tiga peran pesan dakwah di Instagram dalam meningkatkan minat yaitu, merubah persepsi, memberikan motivasi dan menjadi penasehat yang mengingatkan setiap waktu	Teori, metode, analisis yang dilakukan di Instagram, objek yang diteliti mahasiswa dan berfokus kepada minat keagamaan	Menganalisis mengenai pesan dakwah terhadap minat

						bukan minat kajian	
4.	Pengaruh Media Webtoon Ramadhan 2017 Terhadap Minat Remaja SMA Hang Tuah 1 Surabaya Pada Pesan Dakwah	Patty Fryna Sepvania Vavoni	Skripsi, 2018	Kuantitatif, Analisis Korelasi	Terdapat pengaruh yang terjadi diantara variabel x dan y dengan hasil r hitung = 0,509 dan p signifikansi 0,000, t tabel 0,207 maka r hitung > r tabel dan p < 0,05 yang artinya semakin tinggi pengaruh webtoon maka akan semakin tinggi minat rema SMA Hang Tuah 1	Objek penelitian yang berfokus kepada remaja SMA, teori yang digunakan dan variabel x mengenai webtoon	Analisis yang digunakan korelasi dengan rumus <i>pearson product moment</i> dan meneliti mengenai pesan dakwah serta minat.
5.	Hubungan Popularitas Da'i dengan Minat Mad'u untuk Mengikuti Kegiatan Tabligh	Trisnawati Evi	Skripsi, 2012	Kuantitatif, teknik analisis Korelasi	Terdapat hubungan antara popularitas da'i dengan minat mad'u untuk mengikuti kegiatan tabligh dengan nilai hitung sejumlah 8,527.	Variabel x mengenai popularitas da'i bukan materi dakwah, teori tentang popularitas da'i dan perseptif dakwah	Metode perhitungan korelasi dan variable y berupa minat dalam mengikuti kajian Islam

F. Kerangka Pemikiran

1. Landasan Teoritis

a. Teori S-R (Stimulus-Respon)

Teori S-R merupakan singkatan dari stimulus-respon yang menjelaskan bahwa efek adalah reaksi terhadap stimulus tertentu. Teori ini berasumsi bahwa setiap perilaku individu muncul karena kekuatan stimulus yang datang dari luar dirinya, bahkan atas dasar motif dan sikap yang dimilikinya (Ardianto, 2016:133-134). Selain itu juga teori ini berasumsi bahwa komunikasi adalah proses aksi-reaksi yang sangat sederhana, dimana kata-kata verbal, isyarat non verbal, gambar-gambar dan tindakan-tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan sebuah respon dengan cara tertentu (Mulyana, 2008:143-144).

Menurut Effendy (2003:244), teori ini berasumsi bahwa suatu pesan yang telah dipersiapkan dan didistribusikan secara sistematis dan dalam skala yang luas, menyebabkan secara serempak pesan tersebut tersampaikan kepada sejumlah individu, bukan ditunjukkan kepada orang per orang. Dalam penelitian ini terdapat dua unsur utama yaitu:

- 1) Stimulus: Sesuatu yang merangsang, isi pesan yang disampaikan komunikator terhadap komunikan. Dalam penelitian ini yaitu materi dakwah.

- 2) Respon: Tanggapan dari khalayak, diterima atau ditolaknya pesan yang telah disampaikan. Dalam penelitian ini berupa minat kajian.

2. Landasan Konseptual

a. Materi Dakwah

Materi dakwah adalah pesan-pesan berupa ajaran Islam atau segala sesuatu yang harus disampaikan subjek kepada objek dakwah (Sukayat, 2019: 25). Materi dakwah merupakan pesan yang disampaikan oleh da'i kepada mad'u yang bersumber kepada ajaran Islam khususnya Al-Qu'ran dan As-Sunnah meliputi aqidah, akhlak, syari'ah dan muamalah. Dalam prosesnya, da'i harus dapat melihat kondisi mad'u agar materi dakwah yang disampaikan dapat dipahami dan mencapai tujuan yang telah ditentukan.

b. Minat Kajian

Secara sederhana minat (*interest*) berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu (Syah, 2008: 136). Dapat diartikan, bahwa minat merupakan keinginan atau ketertarikan yang besar bagi seseorang terhadap sesuatu yang didorong oleh faktor dari luar maupun dari dalam dirinya sendiri.

Minat adalah suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari

minat tersebut dengan disertai perasaan senang (Saleh, 2004: 19). Dalam hal ini, minat didukung oleh psikis seseorang sehingga dapat menentukan seseorang dalam mencapai tujuan tertentu, semakin besar seseorang memiliki minat terhadap suatu objek maka akan semakin tinggi kecendrungan hati seseorang untuk melakukannya.

Seseorang dapat dikatakan berminat terhadap suatu hal bila individu ini memiliki beberapa unsur (Adityaromantika,2010: 12). Unsur tersebut diantara lain:

1) Perhatian

Jika seseorang berminat terhadap suatu hal maka ia akan memusatkan perhatiannya terhadap suatu objek tertentu sehingga ia juga akan memberikan seluruh pikiran dan tenangnya terhadap objek tersebut.

2) Kesenangan

Seseorang akan merasa tertarik dan menimbulkan minat jika ia merasa senang karena rasa senang dapat diartikan menjadi perasaan suka.

3) Kemauan

Kemauan ini adalah lanjutan dari perhatian dan rasa senang yang telah dimiliki seseorang sebelumnya, sehingga kemauan diartikan sebagai suatu dorongan secara terarah yang

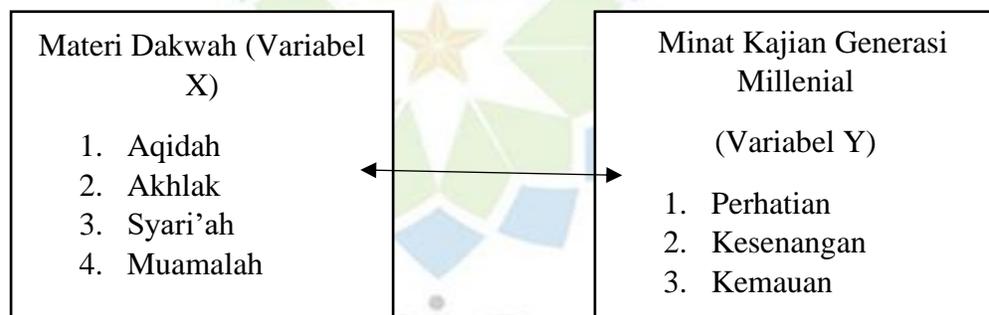
dikehendaki oleh akal pikiran pada suatu tujuan. Kemauan akan melahirkan timbulnya kesiapan diri untuk bertindak serta keinginan individu untuk terlibat dalam suatu objek tertentu.

Kajian berasal dari kata kaji yang artinya menyelidiki tentang sesuatu. Proses yang dilakukan saat mengkaji sesuatu disebut dengan pengkajian. Dalam penelitian ini, kajian yang dimaksud adalah mengkaji atau membahas mengenai keislaman. Kajian ini termasuk ke dalam *ta'lim* yang berasal dari bahasa Arab "*alima ya'lamu*" yang berarti mengerti atau memberi tanda sehingga dapat dipahami sebagai proses belajar atau pengajaran. Dalam proses suatu kajian, seseorang akan menjelaskan mengenai pengetahuan agama kepada yang lainnya, biasa disebut sebagai da'i dan yang mendengarkan sebagai mad'u. Kajian ini dilakukan guna memelihara kehidupan yang sesuai dengan syariat Islam serta mengeratkan ukhuwah islamiyah.

Dari pernyataan di atas dapat diketahui bahwa minat kajian adalah ketertarikan seseorang yang dilandasi perhatian, rasa senang dan kemauan untuk mengikuti kajian keagamaan atau biasa disebut *ta'lim* dengan tujuan agar manusia dapat menjaga kehidupan keberagamaannya di muka bumi.

c. Generasi Milenial

Pada dasarnya generasi millennial merupakan sebutan untuk sekelompok orang yang lahir sekitar tahun 1980-2000an. Generasi ini dikenal sebagai angkatan pertama yang tumbuh berdampingan dengan perkembangan teknologi dan internet. Menurut U.S. Chamber of Commerce Foundation, generasi millennial adalah generasi yang lahir dengan rentang tahun 1980-1999 Masehi sedangkan manusia kelahiran tahun 2000 M sampai sekarang disebut dengan generasi Z.



Bagan1.1 Kerangka Pemikiran

G. Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah praduga atau asumsi yang harus diuji melalui data atau fakta yang diperoleh dengan melalui penelitian (Dantes, 2012:164). Berdasarkan penjelasan di atas, maka dapat diperoleh perumusan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

H₀: Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pemilihan materi dakwah terhadap minat kajian generasi millennial.

H₁: Terdapat hubungan yang signifikan antara pemilihan materi dakwah terhadap minat kajian generasi millennial.

H. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi pada komunitas Funtalim yang diadakan di Masjid Al-Lathiif jalan Saninten No. 2, Cihapit Kota Bandung.

2. Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik, karena dapat mengamati apa yang nampak dan bagaimana suatu hal dapat terjadi. Dengan menggunakan paradigma ini dapat diketahui minat kajian generasi millennial atas materi dakwah yang kemudian dilakukan analisis melalui perhitungan statistik sehingga menghasilkan data yang valid mengenai hubungan diantara kedua variabel tersebut.

Adapun pendekatan yang digunakan pada penelitian ini berupa kuantitatif. Pendekatan ini berfokus kepada angka, populasi, sample dan variable yang dihitung dengan prosedur statistik. Dengan menggunakan pendekatan ini juga dapat mendukung keabsahan dari hasil data yang diperoleh dalam penelitian. Dengan begitu tujuan peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif adalah untuk melihat hubungan bersifat positif atau negatif antara pemilihan materi dakwah terhadap minat kajian generasi milenial.

3. Metode Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian berupa studi korelasional. Studi korelasional adalah sebuah teknik dalam statistika untuk menguji seberapa besar hubungan yang terjadi diantara dua variable atau lebih dan mengetahui seberapa besar kekuatan hubungan tersebut. Dengan begitu nantinya pada penelitian ini akan membahas apakah terdapat hubungan antara materi dakwah dengan minat kajian di kalangan generasi millennial.

Dalam penelitian ini pun digunakan metode survey agar dapat memperoleh data melalui hasil angket atau kuisisioner yang akan disebarakan di komunitas Funtalim. Dengan menggunakan metode ini, peneliti akan mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuisisioner sebagai alat dalam pengumpulan datanya.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik, yang dapat dibedakan menjadi data interval dan data rasio (Kuncoro, 2013: 145).

Jenis data tersebut berupa hasil dari kuesioner atau angket yang sebelumnya sudah dibagikan kepada para anggota komunitas Funtalim terkait hubungan antara materi dakwah dengan minat kajian.

b. Sumber Data

1) Sumber Data Primer

Sumber primer pada penelitian ini berupa informasi yang didapatkan langsung dari objek yang diteliti yaitu komunitas Funtalim. Data ini didapatkan dari jumlah responden yang memenuhi kriteria dan telah menjawab kuisioner yang telah diberikan oleh peneliti.

2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yang diperoleh dalam penelitian ini didapatkan dari beberapa sumber seperti buku, skripsi terdahulu, artikel, jurnal serta informasi lain yang berkaitan erat dengan masalah yang diangkat pada penelitian ini.

c. Populasi dan Sampel

1) Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari variable yang menyangkut masalah yang diteliti (Nursalam, 2006). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh anggota komunitas Funtalim yang aktif secara langsung untuk mengikuti kajian dengan jumlah 126 orang.

2) Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Suryabrata, 2009: 107). Dalam hal ini, maka sampel adalah suatu elemen yang didapatkan dari populasi. Pada penelitian ini, sampel yang

diambil oleh peneliti merupakan rumus dari Slovin untuk mengambil sample angka yang dapat mewakili komunitas Funtalim.

Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan yaitu *probability* sampling dengan teknik random sampling. Dinamakan random sampling karena pengambilan sampelnya, peneliti mencampur subjek-subjek di dalam populasi sehingga semua subjek dianggap sama (Arikunto, 2002: 111). Selain itu, kesimpulan penelitian yang berdasarkan keputusan statistik tidak bisa benar serratus persen sehingga dibutuhkan peluang kesalahan dalam penelitian. Pada penelitian ini terdapat batas kesalahan atau batas *error* yang dipakai pada penelitian sejumlah 5%.

Berikut rumus Slovin yang digunakan:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir (Suharsono, 2009: 61).

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

$$n = \frac{126}{1 + 126(0,05)^2} = 95,81$$

Dengan demikian maka sampel yang digunakan sejumlah 95,81 dan dibulatkan menjadi 96 orang anggota komunitas Funtalim.

d. Teknik Pengumpulan Data

1) Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017: 220). Pertanyaan yang digunakan serta dibagikan kepada responden meliputi pembahasan terkait penelitian. Kuisisioner ini akan dibagikan kepada anggota dari komunitas Funtalim. Dengan menggunakan penyebaran kuisisioner, nantinya dapat menjadi tolak ukur di dalam penelitian. Hasil dari kuisisioner ini nantinya akan digunakan untuk memenuhi data dalam penilaian skala likert dan uji korelasional.

2) Studi Pustaka

Pada penelitian ini dikumpulkan beberapa data yang sesuai dengan isi penelitian meliputi jurnal, artikel, skripsi terdahulu, buku-buku dan beberapa sumber yang terdapat di internet. Hal ini dilakukan agar mendukung data sekunder yang dibutuhkan dan berguna untuk memenuhi data yang diperlukan dalam penelitian.

3) Wawancara

Dalam proses penelitian ini dilakukan wawancara terhadap beberapa narasumber untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Data ini didapatkan dari ketua serta beberapa pengurus Funtalim. Tujuan dari wawancara ini agar mendapat data sekunder mengenai gambaran secara khusus komunitas Funtalim.

e. Validitas dan Reliabilitas

1) Uji Validitas

Digunakan uji validitas untuk mengetahui data bersifat akurat atau tidak. Instrumen yang valid dan akurat merupakan alat ukur yang kuat untuk mendapatkan data yang valid (Sugiono, 2016: 6). Dalam penelitian ini dilakukan pengujian validitas dengan penggunaan berupa validitas konstruk (*Construct Validity*).

Validitas konstruk berkaitan dengan fenomena dan objek yang abstrak, tetapi gejalanya dapat diamati dan dapat diukur (Kusaeri, 2012: 81). Validitas konstruk biasa digunakan dalam mengamati sikap, minat diri, motivasi dan masih banyak lainnya sehingga dari pengertian tersebut, maka validitas konstruk dapat digunakan untuk mengamati minat kajian generasi millennial.

Teknik yang digunakan dalam mengukur validitas ini adalah dengan rumus *Pearson Product Moment*. Pada pengujiannya jika $r_{hitung} \geq$

tabel maka instrument dinyatakan valid pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Pada penggunaannya terdapat rumus korelasi sebagai berikut:

Rumus:

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

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi antara x dan y
- N = Jumlah angka pengamatan pertama
- X = Jumlah angka pengamatan kedua
- Y = Jumlah responden (Arikunto, 2005: 72).

2) Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini, uji reliabilitas digunakan dengan bantuan SPSS 26 dan menggunakan metode *Alpha Cronbach*. Dalam menentukan suatu alat ukur agar dapat dikatakan reliabel maka $\alpha \geq 0,6$ sehingga alat ukur tersebut dapat dipercaya dan konsisten sedangkan jika $\alpha \leq 0,6$, maka alat ukur tersebut tidak dapat dipercaya dan tidak konsisten (Sujarweni, 2014: 193). Adapula rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

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

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

σ_t^2 = varians total

Dimana r_i = Nilai reliabilitas

k = Banyaknya butir pertanyaan

σ_b^2 = Jumlah varian butir

σ_t^2 = Varians total (Somantri dan Muhidin, 2014:48).

f. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode korelasional untuk menguji seberapa besar hubungan yang ada antara materi dakwah dengan minat kajian generasi millennial.

1) Penilaian Skala Likert

Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2012: 94). Oleh karena itu dalam penelitian ini digunakan penilaian skala likert agar responden dapat memilih jawaban secara langsung. Berikut tabel kuisioner penilaian skala likert:

Tabel 1.2
Scoring Untuk Penilaian Likert

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

2) Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah data yang dimiliki oleh peneliti memiliki sebaran yang normal. Data penelitian akan dikatakan normal apabila simetris dengan mean, median dan modus yang terdapat di pusat.

Pada penelitian ini digunakan uji normalitas Kolmogorov Smirnov. Menurut pengujian ini, suatu data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila signifikansi lebih besar dari 0,05 ($p \text{ value} > 0,05$). Jika pada uji normalitas data sebaran normal, maka pada uji korelasi digunakan parametrik uji statistik korelasi *Pearson Product Moment* sedangkan jika data sebaran tidak normal maka dilakukan dengan nonparametrik uji statistik *Rank Spearman*.

3) Uji Korelasi

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis korelasi sederhana (*Bivariate Correlation*) yang digunakan untuk melihat apakah dua variable yang diteliti memiliki keeratan hubungan atau tidak. Jika data sebaran bersifat normal, maka konsep yang peneliti gunakan adalah uji korelasi *Product Moment* yang dikembangkan oleh Pearson. Korelasi *Product Moment* digunakan untuk menguji hubungan antara dua gejala interval (Arikunto, 2002: 240). Rumus uji korelasi *Product Moment* yang digunakan yaitu:

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

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi antara x dan y
 N = Jumlah angka pengamatan pertama
 X = Jumlah angka pengamatan kedua
 Y = Jumlah responden (Arikunto, 2005: 72).

Hipotesis:

H₀: $r = 0$ (Tidak terdapat hubungan antara pemilihan materi dakwah terhadap minat kajian generasi millennial).

H₁: $r \neq 0$ (Terdapat hubungan antara pemilihan materi dakwah terhadap minat kajian generasi millennial).

Akan tetapi jika data sebaran bersifat tidak normal, maka peneliti akan melakukan uji korelasi dengan uji statistik *Rank Spearman* dengan rumus sebagai berikut:

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

ρ = Koefisien korelasi Spearman Rank

d_i = Perbedaan setiap pasang rank

n = Jumlah pasang rank

Langkah terakhir yang dilakukan adalah menghitung tingkat hubungan (korelasi) dengan menggunakan tabel keeratan hubungan. Menurut Sugiyono (2007), pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

Tabel 1.3
Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat