

ABSTRAK

Wafiq Nur Agniati, Persepsi Mahasiswa Dalam Momentum Piala Dunia Qatar 2022 Terhadap Simbol-Simbol Dakwah Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2020.

Dakwah harus menggunakan pendekatan yang dapat merespon setiap aspek kehidupan manusia. Mereka juga harus mampu mengatasi dan menetralkan konflik sosial yang muncul. Oleh karena itu, strategi adalah kombinasi dari manajemen dakwah dan perencanaan.

Di era teknologi yang terus berkembang ini, dakwah tidak hanya disebarkan melalui televisi, radio, media cetak, dan media teknologi lainnya. Pelaksanaan Piala Dunia 2022 di Qatar menunjukkan bahwa ini juga dapat digunakan sebagai alat untuk menyebarkan Islam yang dimaknai sebagai suatu simbol dakwah. Persepsi manusia tentunya tidak akan sama dalam memaknai suatu hal karena pengetahuan dan pengalaman yang berbeda-beda.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dan persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam yang ditekankan pada indikator stimulus, organism serta respon terhadap simbol-simbol dakwah pada momentum Piala Dunia Qatar 2022.

Kerangka pemikiran ini dituangkan dalam bentuk desain penelitian yang akan diturunkan sebagai indikator untuk membuat instrument penelitian. Desain penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel bebas adalah persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Bandung angkatan 2020 (X) dan variabel terikat adalah simbol dakwah dalam Piala Dunia Qatar 2022 (Y). Berlandaskan pada aspek variabel persepsi Mahasiswa KPI UIN Bandung Angkatan 2020 yakni stimulus, organism, respon sesuai dengan teori yang digunakan yaitu teori S-O-R (Stimulus-Organism-Respon) serta aspek simbol dakwah yaitu seni, bahasa, dan pengetahuan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan sampel populasi. Persepsi yang dilakukan pada penelitian ini didapat menggunakan kuesioner. Mahasiswa terhadap Piala Dunia Qatar 2022 dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh/tidak adanya persepsi Mahasiswa KPI angkatan 2020 terhadap simbol dakwah dengan nilai signifikan sebesar $0,00 < \alpha 0.05$ yang menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan hasil tersebut maka disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya variabel persepsi Mahasiswa terhadap Piala Dunia Qatar 2022 (X) berpengaruh terhadap variabel simbol dakwah Piala Dunia Qatar 2022 (Y). Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2020 berpengaruh positif terhadap Simbol dakwah pada momentum Piala Dunia Qatar 2022. Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Gunung Djati angkatan 2020 rata-rata memiliki persepsi positif terhadap pemahaman dan pengetahuan simbol dakwahnya melalui stimulus, organism, dan respon.

Kata kunci: Persepsi, Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan 2020, Simbol dakwah, Piala Dunia Qatar 2022