

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Komunikasi dakwah melibatkan berbagai aspek dalam penyampaian pesan dakwah kepada masyarakat. Da'i atau penceramah harus memperhatikan berbagai situasi, kondisi, dan kesempatan yang ada untuk mendukung kelancaran proses dakwah tersebut. Kondisi dan tindakan yang dilakukan oleh seorang da'i, baik secara langsung maupun tidak langsung, memiliki hubungan yang erat dengan proses dakwah.

Fenomena ini menyebabkan masyarakat memberikan penilaian terhadap seorang da'i berdasarkan persepsi masing-masing, yang dipengaruhi oleh sudut pandang dan latar belakang individu mereka. Dengan kata lain, bagaimana seorang da'i berkomunikasi dan bertindak dapat mempengaruhi bagaimana masyarakat menilai dan memahami pesan dakwah yang disampaikan.

Kredibilitas adalah salah satu faktor penting yang harus dimiliki oleh seorang da'i agar dakwah yang disampaikannya menjadi efektif. Kredibilitas mengacu pada kepercayaan dan keyakinan masyarakat terhadap integritas, keahlian, dan otoritas seorang da'i dalam bidang dakwah. Ketika seorang da'i memiliki kredibilitas yang tinggi, ia akan ditempatkan pada posisi sosial yang lebih tinggi, mungkin sebagai seorang pemimpin atau setidaknya sejajar dengan sasaran dakwah. Hal ini berarti bahwa pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i tidak akan diabaikan atau dianggap remeh oleh masyarakat. Kredibilitas menciptakan kepercayaan dan rasa hormat, sehingga masyarakat lebih

cenderung menerima dan mengamalkan pesan-pesan dakwah yang disampaikan oleh seorang da'i yang kredibel. Oleh karena itu, penting bagi seorang da'i untuk membangun dan mempertahankan kredibilitasnya melalui integritas, pengetahuan yang baik, dan keteladanan dalam praktek dakwahnya.

Kredibilitas da'iyah sebagai persepsi sasaran dakwah pada dasarnya adalah penilaian sasaran dakwah terhadap da'iyah. Penilaian tersebut dapat obyektif dan dapat pula subyektif, karena individu-individu dalam masyarakat (sasaran dakwah) memiliki figur ideal tentang kapasitas da'iyah menurut latar belakang masing-masing yang mendasarinya.

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

Namun kredibilitas kepemimpinan da'iyah dalam suatu sistem masyarakat dapat diterima apabila masyarakat menilai bahwa kapasitas kepemimpinan, disposisi pemikiran dan metode bahasan materi pesan dakwah da'iyah sesuai dengan idealisme mereka, terlebih lagi mempunyai fungsi fasilitator bagi kehidupan masyarakat, hubungan sosial (antara da'iyah dengan sasaran dakwah) ini akan menentukan juga (pada proses dakwah) dalam bentuk apa (fungsi) komunikasi (sasaran

dakwah) mengharap komunikator (da'iyah) memberi informasi (Susanto 1977, 46). Oleh karena itu interpretasi serta sistem nilai dari individu, kelompok maupun masyarakat menentukan bagaimana fungsi dan peran kepemimpinan da'iyah dalam kedudukannya.

KH. Agus Badrudin merupakan seorang kyai yang saat ini sangat disukai oleh banyak orang khususnya dengan derajat keilmuannya serta kemampuan berdakwah yang dimilikinya, terutama oleh para santrinya. Sebagai seorang da'iyah dan ulama Indonesia, KH. Agus Badrudin aktif dalam membahas berbagai topik agama di berbagai wilayah di Indonesia. Dia memiliki sebuah pondok pesantren yang terletak di kota Bandung yang dikenal dengan nama Pondok Pesantren Nailul Qirom. Pondok pesantren ini menampung santri-santri dari berbagai daerah dengan latar belakang yang berbeda-beda. Kehadiran santri-santri ini tentu saja membawa perbedaan pandangan terhadap kredibilitas KH. Agus Badrudin dalam menyampaikan pesan dakwahnya. Hal tersebut membuat penulis tertarik untuk membahasnya dalam penelitian ini dengan judul "Kredibilitas KH. Agus Badrudin dalam Berdakwah dimata Santri Pondok Pesantren Nailul Qirom"

B. Fokus Penelitian

Setelah menjelaskan latar belakang di atas, untuk memfokuskan pembahasan juga memudahkan penyusunan, maka dirasa perlu untuk peneliti membatasi pokok dari focus permasalahan dari kredibilitas KH. Agus Badrudin di kalangan santri Pondok Pesantren Nailul Kirom.

Fokus penelitian yang akan dilakukan adalah terkait kredibilitas KH. Agus Badrudindi kalangan santri Pondok Pesantren Nailul Kirom mengenai keahlian, kepercayaan, kedinamisan, sosiabilitas, koorientasi dan karisma.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti adalah untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif tentang kredibilitas KH. Agus Badrudin dalam beberapa aspek tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengukur tingkat kredibilitas KH. Agus Badrudin dalam hal keahlian, kepercayaan, kedinamisan, sosiabilitas, koorientasi, dan karisma di kalangan santri Pondok Pesantren Nailul Kirom. Dengan kata lain, penelitian ini bertujuan untuk memahami sejauh mana KH. Agus Badrudin dianggap memiliki kemampuan dan integritas dalam aspek-aspek tersebut di mata santri Pondok Pesantren Nailul Kirom. Hasil penelitian diharapkan akan memberikan pandangan yang lebih jelas tentang bagaimana kredibilitas seorang da'i seperti KH. Agus Badrudin dapat memengaruhi persepsi dan dukungan dari santri dalam konteks dakwah dan pengajaran agama di pondok pesantren tersebut.

D. Kegunaan Penelitian

Hal ini berguna dalam subjek ini baik secara teoretis maupun praktis. Hal ini dilakukan untuk membuat penelitian ini berguna bagi para sarjana

saat ini dan yang akan datang. Berikut ini adalah beberapa aplikasi dari penelitian ini:

1. Kegunaan Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memajukan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang komunikasi dan penyiaran Islam, menjadi nara sumber bagi akademisi lain, dan mengedukasi pembaca.

2. Kegunaan Secara Praktis

Penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk memberikan gambaran umum kepada para tentang perlunya memahami gaya Bahasa masing-masing dalam berdakwah agar dapat mentransmisikan konten dakwah kepada massa secara lebih efektif.

E. Kajian Penelitian yang Relevan

Untuk mencegah tumpang tindih dalam penelitian, tinjauan pustaka membandingkan temuan penelitian sebelumnya dengan penelitian saat ini. Peneliti menemukan sejumlah skripsi yang menggabungkan penelitian kualitatif. Oleh karena itu, penulis membahas beberapa penelitian terdahulu yang berfokus pada penyebaran pesan dakwah, seperti berikut ini:

Pertama, "*Kredibilitas Opini Leader dan Perubahan Perilaku Korban Narkoba di Pondok Inabah*" yang merupakan judul skripsi Ika Ningrum tahun 2002. Ika Ningrum melakukan penelitian untuk memastikan dampak kredibilitas opinion leader terhadap perubahan perilaku pengguna narkoba. Skripsi ini mengandalkan teknik statistik dan

membuat premis bahwa pengguna narkoba akan mengubah perilaku mereka ke tingkat yang lebih besar semakin kredibel pemimpin opini. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa kredibilitas opinion leader Pondok Inabah termasuk dalam kategori tinggi. Menurut pemeriksaan data, ada 46,6% hubungan antara kredibilitas pemimpin opini dan perubahan perilaku pengguna narkoba.

Kedua, *“Da’i Sebagai Komunikator: Peranan dan Kredibilitas dalam Menyampaikan Pesan Dakwah pada Komunitas Mualaf di Kawasan Pegunungan Karomba Kabupaten Pinrang”* jurnal yang ditulis oleh Aswar Tahir, Hafied Cangra dan Arianto. Penelitian ini bertujuan mengulas bagaimana da’i berperan dan dipercayai dalam menyampaikan pesan dakwah pada komunitas mualaf di Pegunungan Karomba, Pinrang. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasilnya menunjukkan bahwa da’i berperan sebagai pembimbing, penyuluh agama, dan penyelesaian masalah bagi mualaf. Kredibilitasnya sebagai komunikator terlihat dari kemampuan berkomunikasi, pengetahuan Islam, sikap, dan adaptasi sosial budaya. (Tahir, Cangra, & Arianto, 2021)

Ketiga, *“Kredibilitas Tokoh Ulama Dalam Mengedukasi Masyarakat Bukittinggi Tentang Bahaya Covid-19”* yang ditulis oleh Amelia Monica, Agus Naryoso dan Turnomo Rahardjo. Penelitian ini meneliti kredibilitas ulama Bukittinggi sebagai sumber informasi terkait Covid-19. Menggunakan metode kualitatif dan fenomenologi, melibatkan empat jamaah Bukittinggi yang menghadiri kajian Covid-19. Dakwah beberapa ulama selama pandemi terkadang diluar peran mereka, termasuk ketidakdukungan terhadap protokol

kesehatan pemerintah atau WHO. Kredibilitas ulama sebagai komunikator berbeda dalam pandangan jamaah. Menurut informan, ulama kredibel dalam dakwah Covid-19 mengaitkan Alqur'an, hadis, serta sejarah wabah Thaun zaman Rasulullah. Mereka juga menyesuaikan pesannya dengan budaya lokal dan membangun argumen berdasarkan data dari pemerintah dan penelitian terkait Covid-19. Kesimpulan dari penelitian menunjukkan bahwa ulama yang kredibel memengaruhi kepercayaan jamaah untuk mengikuti nasihat mereka dalam pidato dakwah. (Monica, Nyoso, & Rahardjo, 2022)

Keeempat, *“Pengaruh Kredibilitas Da’i Terhadap Minat Pemuda Penggiat Digital Dalam Mengikuti Kajian Islam (Studi Deskriptif Kuantitatif Habib Husein Ja’far Al Hadar Pada Channel Youtube “Jeda Nulis”)*”, skripsi yang ditulis oleh Moh Falah Alpaizi. Dalam penelitian ini disebutkan seorang da’i adalah seperti pemandu yang memberi petunjuk bagi orang-orang untuk mencapai keselamatan dunia dan akhirat. Kredibilitasnya sangat penting karena ia menjadi contoh dan panutan bagi masyarakat, meski bukan pemimpin resmi. Penelitian ini meneliti hubungan antara kredibilitas da’i dan minat pemuda dalam mengikuti kajian Islam di channel YouTube “Jeda Nulis”. Metode survei dengan 60 responden digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kredibilitas da’i terhadap minat pemuda. Hasilnya menunjukkan pengaruh yang signifikan, mencapai 42,7%. (Alpaizi, 2023)

Dari penelitian-penelitian terdahulu yang disebutkan diatas terdapat persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu adalah mengkaji terkait kredibilitas seorang pendakwah, namun terdapat pula perbedaan antara penelitian di atas dengan penelitian ini yaitu terletak pada aspek-aspek kredibilitas yang dikaji, pada penelitian ini aspek kredibilitas yang akan dikaji terdiri dari Kepercayaan, Watak,

Kedinamisan, Sosiabilitas, Koorientasi serta Kharisma

F. Landasan Pemikiran

Landasan pemikiran skripsi ini berfokus pada komunikasi dakwah dan peran kredibilitas dalam proses penyampaian pesan dakwah oleh seorang da'i, khususnya di kalangan santri Pondok Pesantren Nailul Qirom. Skripsi ini mencermati bahwa dakwah melibatkan berbagai aspek komunikasi yang harus dipertimbangkan oleh seorang da'i untuk berhasil dalam menyampaikan pesan dakwah. Kredibilitas da'i menjadi faktor penting dalam mempengaruhi bagaimana masyarakat menilai dan memahami pesan dakwah yang disampaikan.

Dalam penelitian ini, penulis akan memfokuskan pada kredibilitas KH. Agus Badrudindi kalangan santri Pondok Pesantren Nailul Qirom terkait dengan keahlian, kepercayaan, kedinamisan, sosiabilitas, koorientasi, dan karisma. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran kredibilitas KH. Agus Badrudindalam perspektif santri serta mengetahui bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi persepsi mereka terhadap pesan dakwah yang disampaikan.

Adapun teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori kredibilitas yang dikemukakan oleh Jalaluddin Rakhmat dan ditambah dengan teorinya Koehler, Annatol, dan Applbaun Yaitu:

1) Keahlian

Keahlian adalah citra atau kesan yang terbentuk pada audiens terkait dengan kemampuan komunikator dalam membicarakan topik tertentu. Dalam konteks ini, keahlian mencerminkan sejauh mana komunikator memiliki pengetahuan, pemahaman, dan kemampuan yang relevan terhadap topik yang sedang dibicarakan. Kehadiran keahlian ini dapat membuat komunikator lebih dipercayai oleh

audiens karena mereka dianggap mampu memberikan informasi yang akurat dan berharga tentang subjek tersebut (Jalaluddin Rakhmat 2012).

Dengan kata lain, keahlian ini adalah tentang sejauh mana komunikator dapat mengaitkan diri mereka dengan subjek yang sedang dibahas. Komunikator yang memiliki keahlian dalam topik yang dibicarakan akan lebih mampu menjelaskan, menguraikan, dan memahami berbagai aspek dari subjek tersebut. Ini juga berdampak pada tingkat kredibilitas komunikator dalam mata audiens, karena mereka akan cenderung lebih dipercayai dalam memberikan pandangan atau informasi tentang topik tersebut (Tubbs dan Moss 2001).

2) Kepercayaan

Kepercayaan adalah kesan komunikate tentang komunikator yang berkaitan dengan wataknya (Jalaludin Rakhmat 2004). Komponen ini merupakan komponen yang digunakan untuk melakukan penilaian terhadap kredibilitas yang agak samara-samar tetapi tidak kurang pentingnya yang menunjukkan bagaimana pembicara atau da'iyah dipersepsi oleh komunikator atau masyarakat.

Kepercayaan yang terbentuk dalam pikiran komunikator ini berhubungan dengan karakter atau watak yang dimiliki oleh komunikator atau da'iyah karakter atau watak sangat menentukan apakah pendengar akan mematuhi atau tidak terhadap apa yang

disampaikan. Orang tidak akan percaya dengan komunikator atau da'iyah bilamana terdapat perbedaan antara yang disampaikan dengan apa yang diperbuat. Perilaku dakwah tidak semata-mata penyampaian dakwah dalam wujud perkataan, tetapi yang jauh lebih penting adalah penyampaian pesan dakwah dalam wujud perbuatan (Ancok 1994).

3) Kedinamisan

Dinamisme biasanya terkait dengan bagaimana komunikasi berlangsung, dan dalam konteks komunikasi, dinamisme berfungsi untuk memperkuat kesan keahlian dan kepercayaan. Pernyataan ini mengacu pada kemampuan seseorang dalam berkomunikasi yang dapat meningkatkan pandangan orang lain tentang kemampuan dan kepercayaan dirinya dalam suatu topik atau bidang tertentu. Dengan kata lain, dinamisme dalam komunikasi dapat memperkuat kesan bahwa seseorang adalah seorang yang ahli dan dapat dipercaya dalam berkomunikasi (Jalaludin Rakhmat 2004). Seorang da'iyah dikatakan memiliki jiwa yang dinamis bila dalam hal penyampaian pesan dakwah dengan semangat yang bergairah, aktif, tegas dan nampak berani.

4) Sosiabilitas

Sosiabilitas adalah kesan komunikate tentang komunikator sebagai seorang yang periang dan mudah bergaul (Jalaludin Rakhmat 2004). Seorang da'iyah harus mampu berinteraksi sosial dengan masyarakat secara baik.

Dalam konteks interaksi sosial, terjadi proses saling memengaruhi antara individu-individu yang terlibat. Hal ini membuka peluang untuk adanya perubahan dan perbaikan dalam kepribadian masing-masing individu. Ketika individu berinteraksi dengan orang lain, mereka memiliki kesempatan untuk memengaruhi satu sama lain dan secara bersama-sama mengembangkan diri mereka.

Kemampuan seorang da'iyah untuk berinteraksi dengan masyarakat secara positif dan efektif akan membantu dalam mengarahkan tindakan dan pandangan masyarakat menuju tujuan dakwah. Dengan kemampuan berkomunikasi dan berinteraksi yang baik, seorang da'iyah dapat memengaruhi pemikiran dan perilaku masyarakat dalam mendukung pesan dakwah yang ingin disampaikan. Dalam konteks dakwah, interaksi yang baik dengan masyarakat adalah kunci untuk mencapai tujuan dakwah yang diinginkan.

5) Koorientasi

Koorientasi adalah bagaimana kesan seorang komunikator dapat dipahami oleh para pendengar sebagai perwakilan dari kelompok atau nilai-nilai yang mereka dukung atau sukai. Dalam konteks ini, koorientasi melibatkan persepsi tentang sejalan atau tidaknya komunikator dengan pandangan, keyakinan, dan nilai-nilai yang dimiliki oleh para pendengar. Ini mengacu pada kemampuan komunikator untuk menjadi wakil atau perwakilan yang efektif bagi

kelompok atau nilai-nilai yang disukai oleh audiensnya (Jalaludin Rakhmat 2004).

Dengan kata lain, koorientasi menggambarkan sejauh mana komunikator dapat terhubung dengan pemikiran, keyakinan, dan nilai-nilai yang dianut oleh audiensnya. Jika seorang komunikator dapat memahami dan menggambarkan pandangan atau nilai-nilai yang dipegang oleh audiensnya dengan baik, maka ini dapat meningkatkan tingkat koorientasi. Koorientasi yang kuat dapat memperkuat kredibilitas komunikator dalam mata audiens, karena mereka merasa bahwa komunikator tersebut adalah perwakilan yang tepat dari nilai-nilai yang mereka yakini.

6) Kharisma

Jalaluddin Rakhmat mendefinisikan karisma sebagai sifat luar biasa yang dimiliki oleh seorang komunikator yang memiliki daya tarik terhadap orang-orang dan objek-objek di sekitarnya (Jalaludin Rakhmat 2004). Dalam konteks ini, karisma dapat dianggap sebagai sebuah pesona atau daya tarik khusus yang membuat seseorang menonjol dan menarik perhatian orang lain. Karisma ini mencakup kualitas yang membuat individu tersebut memancarkan daya tarik yang luar biasa sehingga orang lain merasa tertarik atau terinspirasi olehnya.

Sifat luar biasa yang dimaksud di sini dapat mencakup berbagai hal, seperti kepribadian yang kuat, keterampilan berbicara yang hebat, atau kemampuan untuk mempengaruhi orang lain

dengan cara yang positif. Daya tarik ini juga bisa bersifat magnetik, sehingga orang-orang merasa tertarik untuk mendekati dan berinteraksi dengan individu yang memiliki karisma tersebut. Dengan kata lain, karisma adalah sifat atau pesona khusus yang dapat membuat seorang komunikator menjadi sangat memikat dan memengaruhi orang-orang di sekitarnya.

Gould dan Kolb dalam *Dictionary Of the Sciences* yang dikutip oleh Jalaluddin Rakhmat, mendefinisikan karisma sebagai "Qualities of those who claim or are believed to possess powers of leadership derived from some unusual sanction - divine, magical, diabolic individuals or merely exceptional" (Jalaludin Rakhmat 2004) artinya bahwa karisma adalah suatu sifat dimana orang tersebut dipercaya memiliki kekuatan kepemimpinan yang diperoleh dari persetujuan luar biasa yang hebat, ghaib, kejam, atau hanya diterima oleh individu saja.

Seorang da'iyah yang memiliki sifat berkarisma seringkali memiliki kemampuan yang luar biasa dalam mengarahkan pandangan dan perhatian sasaran dakwah menuju tujuan yang diinginkan. Karisma ini bisa dianggap sebagai salah satu jalan menuju memperoleh kepercayaan dari pihak yang menjadi sasaran dakwah. Dengan kata lain, kehadiran karisma dalam diri seorang da'iyah dapat menjadi faktor kunci yang mempengaruhi tingkat kredibilitasnya dalam konteks dakwah.

Jadi berdasarkan teori tersebut, dalam mengukur kredibilitas seorang da'iyah, ada beberapa dimensi penting yang harus

dipertimbangkan. Pertama, keahlian atau kemampuan da'iyah dalam menggunakan metode dakwah yang tepat memainkan peran kunci dalam membangun kredibilitasnya. Selanjutnya, dimensi kepercayaan atau watak, di mana seorang da'iyah harus mampu membawakan pesan dakwahnya dengan tutur kata yang sopan, lemah lembut, namun tegas, sehingga dapat membangun hubungan saling percaya. Kemudian, dalam hal kedinamisan, semangat, dan ketegasan dalam menyampaikan pesan dakwah juga memengaruhi cara sasaran dakwah melihat kredibilitas da'iyah. Sosiabilitas atau kemampuan untuk berinteraksi dan beradaptasi dengan baik dengan jamaah juga menjadi faktor penilaian penting. Selain itu, koorientasi, yaitu sejalan atau tidaknya pandangan da'iyah dengan pemikiran sasaran dakwah, dan karisma yang membuat da'iyah dihormati dan dianggap berwibawa oleh jamaahnya, semuanya adalah elemen-elemen yang mempengaruhi kredibilitas seorang da'iyah dalam konteks dakwah.

Kegunaan penelitian ini mencakup aspek akademis dan praktis. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memajukan ilmu pengetahuan dalam bidang komunikasi dan penyiaran Islam, serta memberikan sumbangan sebagai rujukan bagi penelitian berikutnya. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat membantu para dai dalam memahami pentingnya membangun kredibilitas dalam berdakwah, serta membantu mereka menyampaikan pesan dakwah dengan lebih efektif kepada masyarakat.

Untuk relevansi dengan penelitian sebelumnya, peneliti juga merujuk pada beberapa skripsi terdahulu yang mengkaji tentang kredibilitas dan retorika dakwah. Namun, penelitian ini berfokus pada kasus kredibilitas KH. Agus Badrudindi kalangan santri Pondok Pesantren Nailul Qirom, dan peneliti tertarik untuk menyelidiki dampak kredibilitas ini dalam proses berdakwah serta persepsi masyarakat terhadap pesan dakwah yang disampaikan.

G. Langkah-Langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Dengan mengkaji fokus dan rumusan masalah pertanyaan penelitian mereka untuk melihat apakah mereka sejalan dengan orang lain di lapangan, peneliti menerapkan pertimbangan substantif ketika memilih tempat penelitian. Serta mempertimbangkan batasan geografis dan pertimbangan praktis seperti biaya, waktu, dan tenaga.

Dan untuk penelitian ini, peneliti memilih lokasi di Kawasan pondok pesantren Nailul Qirom karena merupakan daerah yang lugas dan diharapkan dapat mempermudah proses penelitian.

2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kuantitatif dimana data akan disajikan dalam bentuk angka dengan menerapkan metode metode survei untuk tujuan: (1) mengumpulkan informasi, (2) mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi yang berlaku, (3) membuat perbandingan dan evaluasi.

3. Metode Penentuan Subyek Penelitian

Menurut Suharsimi Arikunto (2016, 26), subjek penelitian dapat diidentifikasi sebagai objek, kejadian, atau individu yang menyediakan data terkait variabel yang sedang diteliti dan menjadi fokus perhatian. Subjek penelitian memiliki peranan yang penting dalam sebuah penelitian karena data mengenai variabel yang

diamati dalam penelitian didapatkan dari subjek penelitian tersebut. Adapun yang menjadi subyek atau sasaran penelitian ini adalah Santri Pondok Pesantren Nailul Qirom, Bandung, Jawa Barat.

Untuk mempermudah wilayah sumber yang dijadikan subyek penelitian maka penulis akan menentukannya dengan cara sebagai berikut:

1) Populasi

Populasi merujuk pada sekelompok obyek dan subyek yang memiliki jumlah dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk tujuan studi dan penarikan kesimpulan (Saat dan Mania 2020, 64). Yang dimaksud populasi pada penelitian ini adalah santri Pondok Pesantren Nailul Qirom, Bandung, Jawa Barat.

Jumlah populasi pada penelitian ini adalah 51 orang santri pondok pesantren nailul kirom yang terdiri dari 25 orang santri putri dan 26 orang santri putra.

2) Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi atau sub-sub populasi yang dipilih secara representatif untuk mengumpulkan data, sehingga sering disebut sebagai sumber data atau subjek penelitian (Saat dan Mania 2020, 66).

Sampel diambil saat populasi memiliki jumlah yang besar dan peneliti tidak memungkinkan untuk memeriksa seluruh populasi karena keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya.

Kesimpulan yang ditarik dari apa yang ditemukan atau dipelajari dari sampel dapat diterapkan pada populasi secara umum.

Dalam penentuan sampel untuk pengisian angket berdasarkan pendapat Suharsimi Arikunto, yaitu: untuk sekedar ancer-ancer maka apabila subyeknya besar dapat diambil antara 10-15 %, atau 20-25 % atau lebih. Pada penelitian ini penulis menggunakan sampel sebesar 50% dari jumlah populasi yaitu sebanyak 26 orang santri.

4. Penentuan Obyek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu keadaan yang menggambarkan atau menjelaskan suatu situasi dari objek yang akan diteliti, dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman yang jelas tentang suatu penelitian. Menurut Supriati (2012, 38), objek penelitian adalah variabel yang diteliti oleh peneliti di lokasi di mana penelitian dilakukan.

Yang menjadi objek penelitian ini yaitu kredibilitas dakwah KH. Agus Badrudin mengenai keahlian, kepercayaan, kedinamisan, sosiabilitas, koorientasi dan karisma.

Objek kredibilitas dawah KH. Agus Badrudin yaitu:

1) Keahlian atau Kemampuan

Dimensi ini menunjukkan bagaimana pembicara dipersepsi berkenaan dengan subjek yang disajikan. Indikator-indikator keahlian yang digunakan dalam penelitian ini adalah hal yang berhubungan dengan metode

dakwah yang digunakan dan materi dakwah yang disampaikan.

- 2) Kepercayaan atau Watak Dimensi yang agak samar-samar tetapi tidak kurang pentingnya menunjukkan bagaimana da'iyah dipersepsi berkenaan dengan wataknya. Indikator-indikator kepercayaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kesopanan dan obyektifitas dalam menyampaikan pesan dakwah.

- 3) Kedinamisan

Dimensi ini berhubungan tentang bagaimana cara da'iyah berkomunikasi. Indikator-indikator kedinamisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah semangat dan ketegasan dalam berdakwah.

- 4) Sosiabilitas

Dimensi ini berhubungan tentang kehidupan da'iyah yang suka bergaul dan perlang. Indikator-indikator sosiabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah akrab dan mudah untuk beradaptasi dengan lingkungan.

- 5) Koorientasi

Dimensi ini berhubungan dengan kesamaan nilai antara da'iyah dan masyarakat. Indikator-indikator koorientasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sepaham atau tidaknya dakwah yang disampaikan pendakwah dengan jama'ah.

- 6) Kharisma

Dimensi ini berhubungan dengan sifat luar biasa yang dimiliki da'iyah. Indikator-indikator kharisma yang digunakan dalam penelitian ini adalah dihormati, dan berwibawa.

5. Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian, pengumpulan data merupakan tahap yang sangat penting. Penelitian tidak dapat dilakukan tanpa upaya pengumpulan data. Namun demikian, bukan berarti setelah mengumpulkan data penelitian, secara otomatis akan menghasilkan temuan yang memuaskan karena metode yang digunakan untuk memperoleh data juga mempengaruhi kualitas penelitian. Oleh karena itu, dalam memilih alat yang akan digunakan untuk mengumpulkan data, peneliti harus terlebih dahulu memilih metode yang akan digunakan. Alat yang digunakan untuk pengumpulan data harus valid dan reliabel. (Hikmat, 2011: 89).

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Pengamatan atau observasi berarti melihat dengan penuh perhatian. Dalam konteks penelitian, observasi diartikan sebagai cara-cara mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati tingkah laku individu atau kelompok yang diteliti secara langsung. Definisi yang lebih umum dikemukakan

oleh Margono, yaitu observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian (Rahmadi 2011).

Dalam penelitian ini observasi yang diterapkan adalah observasi nonpartisipan, peneliti tidak terlibat secara langsung dengan kehidupan dan aktivitas orang yang diamatinya. Di sini peneliti bertindak sebagai pengamat independen dan menjaga jarak dengan objek pengamatannya (Rahmadi 2011).

Dalam observasi yang dilakukan peneliti mengamati terkait hal-hal yang berhubungan dengan kredibilitas KH. Agus Badrudin melalui para santri pondok pesantren Nailul Kirom

2. Angket

Teknik angket atau teknik kuesioner (daftar pertanyaan) merupakan teknik pengumpulan data berupa daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis untuk diisi oleh responden. Angket memiliki beberapa komponen yaitu petunjuk pengisian, bagian identitas responden, dan daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis (Rahmadi 2011).

Angket yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket tertutup dimana kuesioner berisi daftar pertanyaan dengan sejumlah alternatif (option) jawaban yang sudah ditentukan oleh peneliti dan tidak memberi kesempatan

kepada responden untuk memberi jawaban lain selain jawaban yang telah disediakan (Rahmadi 2011).

Pada penelitian ini angket yang diberikan melalui media google form yang ditargetkan kepada para santri pondok pesantren Nailul Kirom yang menjadi sampel penelitian yaitu sebanyak 26 santri.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data penelitian melalui sejumlah dokumen (informasi yang didokumentasikan) berupa dokumen tertulis maupun dokumen terekam. Dokumen tertulis dapat berupa arsip, catatan harian, autobiografi, memorial, kumpulan surat pribadi, kliping, dan sebagainya. Sementara dokumen terekam dapat berupa film, kaset rekaman, mikrofilm, foto dan sebagainya (Rahmadi 2011).

Metode ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran wilayah penelitian dan keadaan santri Pondok Pesantren Nailul Kirom.

6. Instrumen Penelitian

Instrumen utama dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan memberikan pertanyaan terstruktur (kuesioner) yang disebar kepada responden. Pertanyaan kuesioner menggunakan *scaled response question*, yaitu bentuk pertanyaan yang menggunakan skala dalam mengukur dan

mengetahui sikap responden terhadap pertanyaan-pertanyaan tentang penelitian yang dilakukan. Pernyataan dalam kuesioner diukur menggunakan skala likert yaitu suatu skala yang digunakan untuk mengukur kredibilitas dakwah KH. Agus Badrudin. Skala likert didesain untuk mengetahui seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pertanyaan dengan lima alternatif (Sekaran 2014). Penggunaan skala likert memungkinkan penyebaran nilai-nilai jawaban responden. Jawaban responden mempunyai rentang skor 4 sampai dengan skor 1 dengan alternatif jawaban disesuaikan untuk masing-masing pertanyaan. Berikut adalah skor yang diberikan pada setiap jawaban responden menggunakan Skala Likert:

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

7. Teknik Analisis Data

Setelah data-data terkumpul dengan lengkap, selanjutnya data-data tersebut dianalisis dengan pendekatan kualitatif, dan data yang diperoleh melalui angket akan dianalisis melalui pendekatan statistik. Peneliti akan menggunakan analisis tentang kredibilitas KH. Agus Badrudin mata santri pondok

pesantren Nailul Kirom Bandung. Adapun langkah-langkahnya ialah sebagai berikut:

- 1) Membuat tabel dengan kolom, nomor urut, alternatif jawaban frekuensi observasi.
- 2) Mencari yang diobservasikan (F) dengan jalan menjumlahkan totalan dari setiap alternatif jawaban.
- 3) Mencari frekuensi keseluruhan (N) dengan jalan menjumlahkan dari setiap alternatif jawaban.

Mencari presentasi dengan rumus:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

F= Frekuensi yang sedang dicari presentasinya (jumlah frekuensi)

N = Banyaknya hal yang dipersoalkan

P = Angka Presentase

Melakukan analisis dan penafsiran berdasarkan pada data yang ada dengan berpedoman kepada standar penilaian. Adapun penafsiran prosentase yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

0% = Tidak ada sama sekali

1% -9% = Sedikit Kecil

10% -39% = Sebagian Kecil

40% -49% = Hampir Sebagian

50% = Sebagiannya

51% -59% = Lebih dari Sebagiannya

60% - 89% = Sebagian Besar

90%-99% = Sebagian Besar

100% = Seluruhnya

8. Kriteria Kredibel

Untuk dapat mengetahui sejauh mana kredibilitas da'iyah KH. Agus Badrudin di mata santri Pondok Pesantren Nailul Kirom, dimana dalam penentuan jumlah tinggi rendah nilai yang akan dicapai, untuk mempermudah batasan nilai, maka dari angka terendah 0 dan angka tertinggi 100. nilai kurang kredibel adalah sepertiga dari seratus, nilai cukup kredibel setengah dari seratus kemudian nilai paling tinggi sangat kredibel adalah dua pertiga dari seratus, untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari tabel yaitu:

UIN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Nilai	Kriteria
0 – 33,34%	Kurang Kredibel
33,35 – 66,67	Cukup Kredibel
66,68 - 100	Sangat Kredibel