

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA

#### *A. Deskripsi Obyek Penelitian*

##### **1. Kecamatan Semampir**

Kecamatan Semampir merupakan salah satu Kecamatan yang berada di daerah utara Kota Surabaya. Menurut data Laporan Kependudukan Kecamatan Semampir Bulan Januari 2016 tercatat jumlah penduduk Kecamatan Semampir 179.567 jiwa. Terdiri dari 88.541 jiwa laki-laki dan 91.026 jiwa adalah perempuan. Terdapat 51492 KK dari kategori WNI di Kecamatan Semampir. Penduduk Muslim warga Kecamatan Semampir berbeda dalam setiap kelurahan. Ampel menempati posisi tertinggi dengan 98,9% warganya adalah Muslim, Pegirian dengan 94,9%, Wonokusumo 94% dan Ujung dengan 91,5% adalah Muslim, sedangkan Kelurahan Sidotopo merupakan kecamatan yang terkecil penduduk muslimnya dengan hanya mencapai 74,9%. Jika dipahami dari letak geografis wilayah, kelurahan Sidotopo adalah kelurahan yang berbatasan dengan tengah kota, pertokoan Kapasan menjadi salah satu pertokoan yang terkenal dengan etnis china, sebaran penduduk nonmuslim lebih dominan dibandingkan wilayah Ampel yang dekat dengan wisata religi Sunan Ampel, termasuk Kelurahan Pegirian dan Ujung.

Dalam kecamatan Semampir secara tingkat pendidikan tergolong rendah, Hal ini dikarenakan sangat sedikit yang berpendidikan tinggi.

**Table 4.1. Profil Pendidikan Warga Kecamatan Semampir**

| URAIAN                   | Ampel | Pegirian | Wonokusumo | Ujung | Sidotopo |
|--------------------------|-------|----------|------------|-------|----------|
| SD                       | 5860  | 6092     | 18490      | 5481  | 5717     |
| SMP                      | 3848  | 5025     | 17541      | 2633  | 1833     |
| SMA                      | 5520  | 8279     | 15616      | 600   | 4121     |
| AKADEMI                  | 180   | 0        | 724        | 0     | 0        |
| D1                       | 71    | 53       | 987        | 1976  | 103      |
| D2                       | 48    | 47       | 397        | 1882  | 0        |
| D3                       | 4     | 236      | 343        | 1956  | 0        |
| S1                       | 1124  | 765      | 973        | 1165  | 110      |
| S2                       | 40    | 28       | 176        | 130   | 12       |
| S3                       | 1     | 7        | 163        | 16    | 0        |
| Drop Out SD              | 6     | 2724     | 139        | 1276  | 16       |
| Drop Out SMP             | 0     | 205      | 345        | 214   | 26       |
| Drop Out SMA             | 0     | 178      | 507        | 320   | 17       |
| Drop Out Akdemi          | 0     | 58       | 696        | 226   | 3        |
| Drop Out Perguran Tinggi | 0     | 59       | 338        | 7     | 0        |
| Tidak Sekolah            | 5331  | 8138     | 3385       | 16790 | 18352    |
| TOTAL                    | 22033 | 31894    | 60820      | 34672 | 30310    |

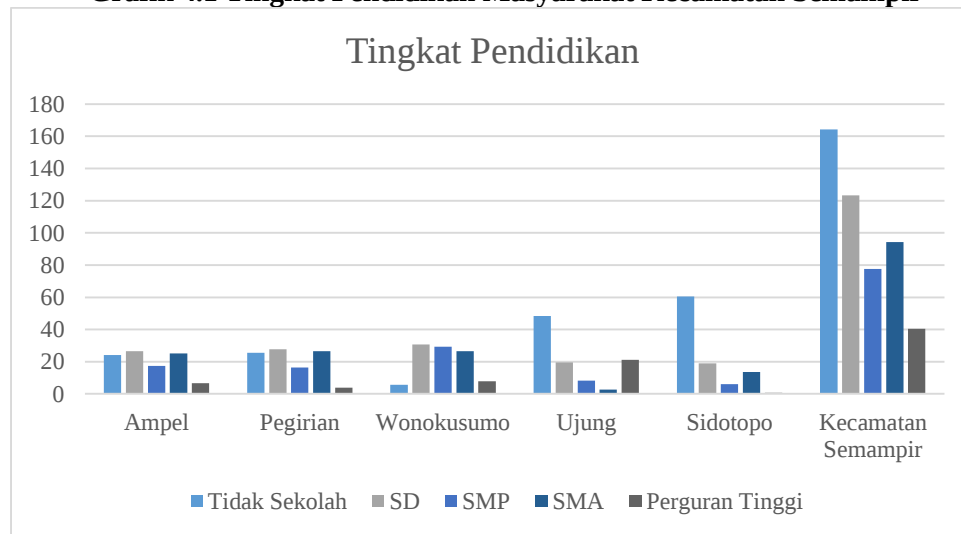
Berdasarkan data tingkat pendidikan diatas menunjukkan bahwa secara tingkat pendidikan tinggi kurang bahkan perbandingan warga yang merasakan bangku pendidikan formal sebagai berikut :

**Table 4.2 Rata-rata Jejang Pendidikan Warga Kecamatan Semampir**

| Prosentase | Tidak Sekolah | SD       | SMP      | SMA      | Perguruan Tinggi | TOTAL |
|------------|---------------|----------|----------|----------|------------------|-------|
| Ampel      | 24.19552489   | 26.6237  | 17.46471 | 25.05333 | 6.662733173      | 100   |
| Pegirian   | 25.51577099   | 27.64156 | 16.39807 | 26.51596 | 3.928638615      | 100   |
| Wonokusumo | 5.56560342    | 30.62973 | 29.40809 | 26.50937 | 7.887208155      | 100   |

|                    |             |          |          |          |             |     |
|--------------------|-------------|----------|----------|----------|-------------|-----|
| Ujung              | 48.42524227 | 19.48835 | 8.211237 | 2.653438 | 21.22173512 | 100 |
| Sidotopo           | 60.54767403 | 18.91455 | 6.133289 | 13.65226 | 0.752226988 | 100 |
| Kecamatan Semampir | 164.2498156 | 123.2979 | 77.6154  | 94.38436 | 40.45254205 | 500 |

**Grafik 4.1 Tingkat Pendidikan Masyarakat Kecamatan Semampir**

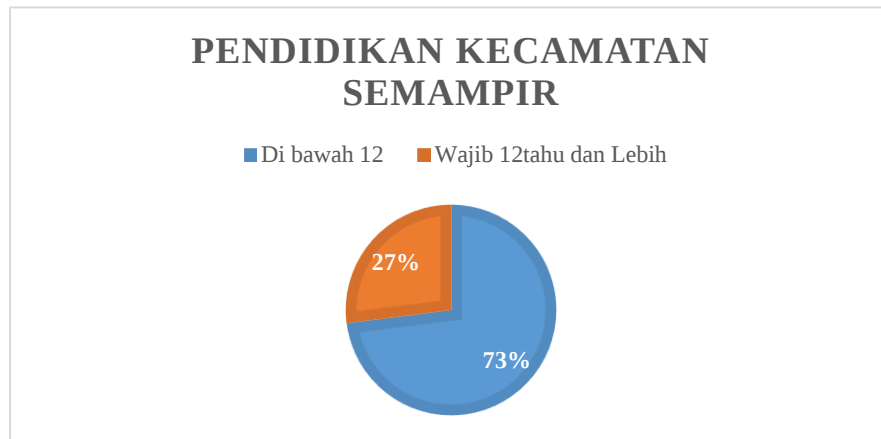


Warga yang tidak sekolah dan menempuh pendidikan dibawah SMA jauh lebih banyak prosentasenya dibandingkan mereka yang wajib belajar 12 tahun hingga perguruan tinggi.

**Table 4.3 Jumlah Wajib Belajar 12 Tahun Keamatan Semampir**

| Prosentase | Di bawah 12 | Wajib 12tahun dan Lebih | TOTAL |
|------------|-------------|-------------------------|-------|
| Ampel      | 68.28393489 | 31.71606317             | 100   |
| Pegirian   | 69.55540099 | 30.44459862             | 100   |
| Wonokusumo | 65.60342342 | 34.39657816             | 100   |
| Ujung      | 76.12482927 | 23.87517312             | 100   |
| Sidotopo   | 85.59551303 | 14.40448699             | 100   |
| Semampir   | 365.1631156 | 134.8369021             | 500   |

**Grafik 4.2 Prosentase Pendidikan Wajib Belajar 12 tahun Kecamatan Semampir**



Secara umum 27% warga kecamatan semampir menempuh pendidikan 12 tahun dan 12 tahun ke atas. Sedangkan 73% belum menempuh pendidikan 12 tahun. Secara umum tingkat pendidikan akan berhubungan dengan pekerjaan, berdasarkan data laporan kependudukan Kecamatan Semampir Januari 2016 peneliti mencatat pekerjaan-pekerjaan warga Kecamatan Semampir.

**Table 4.4 Rata-rata Jejang Pendidikan Warga Kecamatan Semampir**

| PEKERJAAN      | Ampel | Pegirian | Wonokusumo | Ujung | Sidotopo |
|----------------|-------|----------|------------|-------|----------|
| TNI            | 21    | 110      | 423        | 2368  | 13       |
| POLRI          | 7     | 11       | 238        | 27    | 15       |
| PNS            | 162   | 417      | 1502       | 1810  | 327      |
| BUMN/BUMD      | 5     | 169      | 3011       | 1516  | 312      |
| PEDAGANG       | 463   | 121      | 2954       | 1113  | 425      |
| PEGAWAI SWASTA | 4682  | 1345     | 4098       | 3902  | 1284     |
| DOKTER         | 28    | 13       | 39         | 578   | 5        |
| TENAGA MEDIS   | 7     | 37       | 179        | 1202  | 10       |
| GURU/DOSEN     | 161   | 133      | 1405       | 1305  | 75       |
| WIRASWASTA     | 2788  | 1963     | 4989       | 1433  | 6139     |

|                |      |       |       |       |       |
|----------------|------|-------|-------|-------|-------|
| BURUH          | 75   | 1134  | 4389  | 1908  | 757   |
| PEMBANTU       | 25   | 61    | 747   | 390   | 15    |
| TUKANG         | 0    | 651   | 0     | 371   | 110   |
| MAHASISWA      | 350  | 289   | 3612  | 471   | 25    |
| PELAJAR        | 3102 | 5455  | 8720  | 10865 | 1016  |
| NOTARIS        | 5    | 1     | 3     | 19    | 0     |
| PEJABAT TINGGI | 1    | 0     | 0     | 13    | 0     |
| FAKIR MISKIN   | 1215 | 2350  | 835   | 367   | 2543  |
| BELUM BEKERJA  | 3070 | 4833  | 17157 | 414   | 1167  |
| LAIN-AIN       | 5675 | 12874 | 5012  | 3266  | 15386 |
| PUR. TNI       | 7    | 30    | 1140  | 471   | 337   |
| PUR. POLRI     | 3    | 7     | 367   | 141   | 65    |

Jika dipahami lebih dalam lagi, terlihat bahwa tingkat pendidikan di berbagai kelurahan juga rata-rata kurang. Lebih dari separuh masyarakat menempuh pendidikan kurang dari 12 tahun. Hal ini tentu akan mempengaruhi bagaimana pola hidup masyarakatnya. Salah satunya adalah seleksi informasi yang akan dicari dan diterima oleh mereka. Tingkat pendidikan akan sangat berpengaruh.

Dalam Kelurahan Ampel terdapat 32% warga yang menempuh wajib belajar selama 12 tahun. Pegirian terdapat 30%, Wonokusumo terdapat 34%, Ujung 24%, dan Sidotopo 14% warga yang menempuh pendidikan selama  $\geq$  12 tahun. Sementara sisanya merupakan warga yang secara tingkat pendidikan kurang dari 12 tahun.

Secara perekonomian, jika melihat bagaimana data diatas terlihat bahwa pekerjaan sebagai wiraswatas, pegawai (swasta), pedagang, buruh,dll. Hal

ini juga linear dengan bagaimana tata kota wilayah Surabaya Utara yang sebagian besar adalah pemukiman. Jarang Ada Mall besar di daerah Surabaya Utara. Warga Surabaya kebanyakan bekerja di tengah kota, mempunyai usaha sendiri atau berdagang. Secara tingkat ekonomi juga dominan menengah kebawah. Hal ini juga bisa dilihat dari sedikitnya bahkan tidak ada perumahan mewah di daerah Surabaya Utara. Kebanyakan adalah perkampungan bahkan lebih banyak perkampungan padat penduduk.

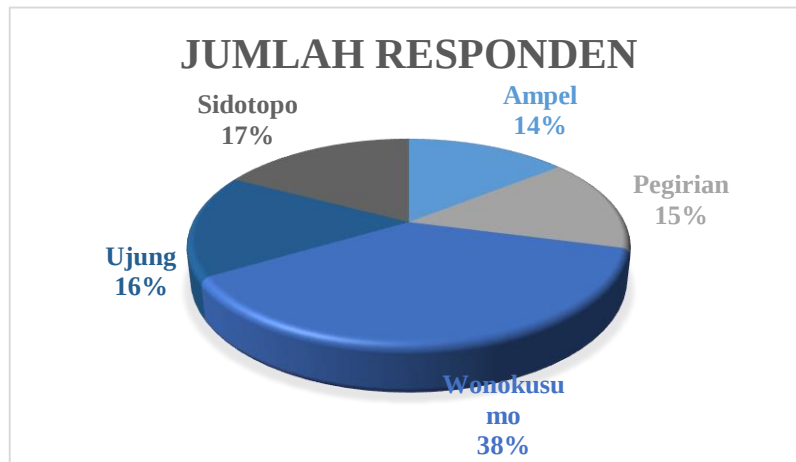
## 2. Profil Responden

Sesuai dengan perhitungan sampling yang telah dilakukan di Bab sebelumnya, bahwa jumlah responden adalah Ibu-ibu dan dibatasi setiap kelurahan dimana sampling tersebut terdiri dari:

**Table 4.5 Jumlah Responden PerKeluarahan**

| <b>Kelurahan</b> | <b>Jumlah Responden</b> |
|------------------|-------------------------|
| Ampel            | 29                      |
| Pegirian         | 30                      |
| Wonokusumo       | 76                      |
| Ujung            | 33                      |
| Sidotopo         | 35                      |
| TOTAL            | 203                     |

**Grafik 4.3 Prosentase Reseponden per Kelurahan**



Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa kelurahan wonokusumo merupakan wilayah dengan penduduk terbanyak. Responden juga ook diklasifikasikan berdasarkan kesibukan sehari-hari atau pekerjaan yang mereka lakukan, berdasarkan tingkat pendidikan, serta berdasarkan sebaran usia mereka. Berikut beberapa deskripsi uraian kasifikasi responden berdasarkan klasifikasi tersebut:

1. Berdasarkan Kesibukan Sehari-hari

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti merupakan penelitian yang difokuskan pada Ibu-Ibu karena kefokuskan penelitian. Definisi Ibu-ibu adalah mereka yang telah berkeluarga, mempunyai suami, biasanya akan ook melaksanakan pekerjaan rumah tangga namun ada pula yang juga bekerja dan berkarir.

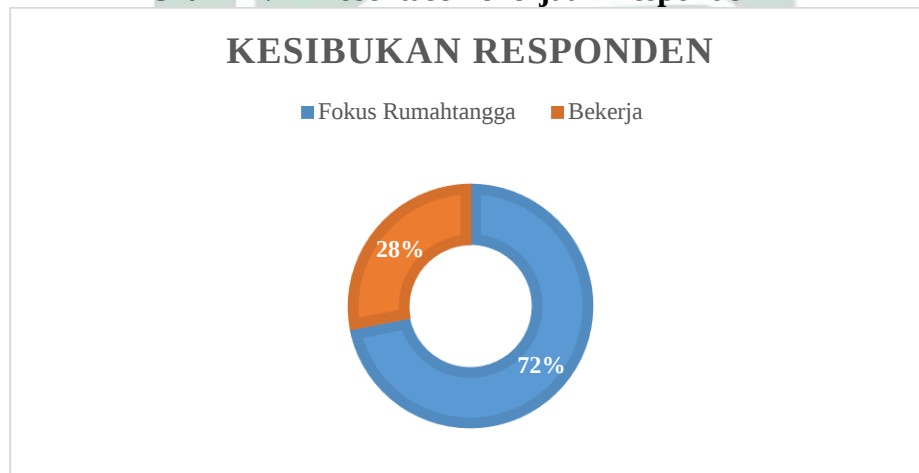
Berdasarkan data responden yang telah didapatkan oleh peneliti di jumpai ada responden yang kesibukannya bukan hanya sebagai Ibu rumah tangga namun juga melakukan pekerjaan lain, seperti berdagang, menjadi

pegawai ook, bekerja diperusahaan, dll. Meskipun demikian mereka tetap seorang ibu rumah tangga yang juga mengurus kebutuhan kerumahtangaan keluarganya.

**Table 4.6 Jumlah Responden Berdasarkan Kefokusan**

| <b>Kesibukan Responden</b> | <b>Jumlah</b> |
|----------------------------|---------------|
| Fokus Rumahtangga          | 146           |
| Bekerja                    | 57            |
| TOTAL                      | 203           |

**Grafik 4.4 Prosentase Pekerjaan Responden**



Secara umum, Ibu-ibu yang melakukan pekerjaan rumah tangga saja sudah sibuk dan banyak tanggung jawab yang harus dijalankan seperti pendapat yang disampaikan oleh Sharif tentang tanggung jawab dalam mendidik anak, mengurus keperluan rumah tangga, dll<sup>1</sup>. Jika mereka menambah peran mereka sebagai pekerja seperti menjadi guru, pedagang, dll

<sup>1</sup> Sharif, Baqir Al-Qarashi, *Seni Mendidik Islami: Kiat-kiat Menciptakan Generasi Unggul*. 64

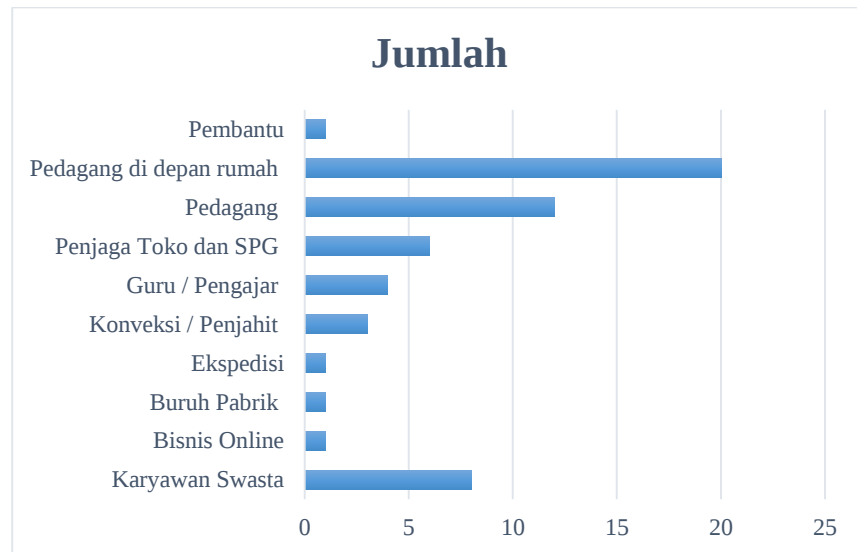
maka waktu yang mereka miliki juga akan sangat kurang dikarenakan kesibukan aktifitas yang harus mereka lakukan. Dalam asumsi pekerjaan, selain sedikitnya aktifitas yang mereka miliki, dampak selainnya adalah selektifitas informasi yang akan mereka konsumsi.

Sebaran 59 Responden tersebut berbagai macam, berikut detail rincian kesibukan responden yang mempunyai kesibukan lain selain ibu rumah tangga.

**Table 4.7 Pekerjaan Responden di Samping Ibu Rumah Tangga**

| <b>Kesibukan Responden</b> | <b>Jumlah</b> |
|----------------------------|---------------|
| Karyawan Swasta            | 8             |
| Bisnis Online              | 1             |
| Buruh Pabrik               | 1             |
| Ekspedisi                  | 1             |
| Konveksi / Penjahit        | 3             |
| Guru / Pengajar            | 4             |
| Penjaga Toko dan SPG       | 6             |
| Pedagang                   | 12            |
| Pedagang di depan rumah    | 20            |
| Pembantu                   | 1             |
| <b>TOTAL</b>               | <b>57</b>     |

**Grafik 4.5 Pekerjaan Responden**

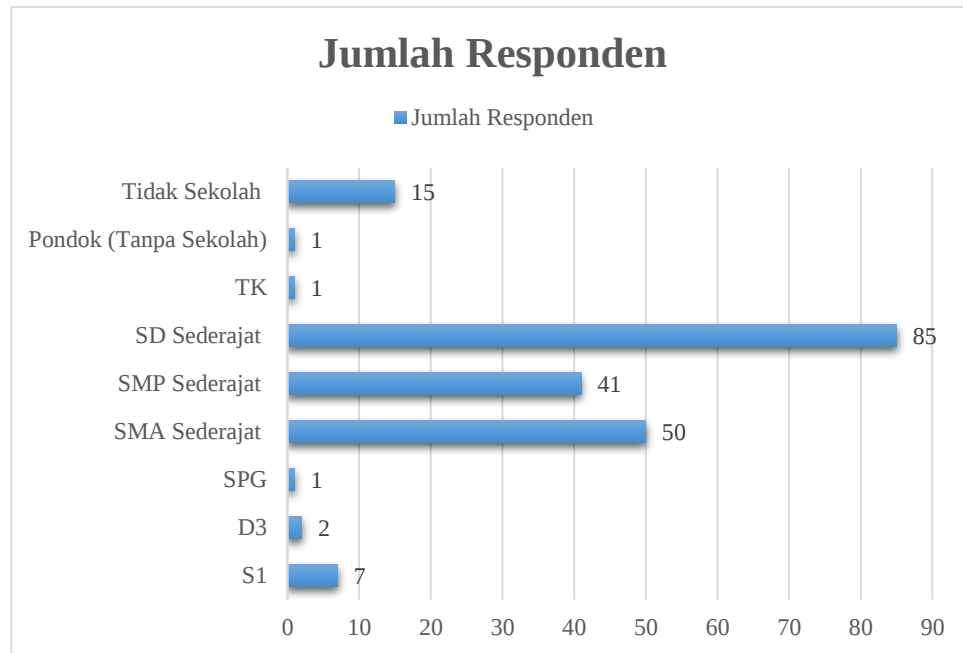


## 2. Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan tingkat pendidikan responden dalam penelitian terbagi atas beberapa jenjang, dari mulai tidak pernah mengenyam bangku sekolah, TK, SD/MI, SMP/Mts, SMA/SMK/Aliyah, SPG, D3 hingga S1.

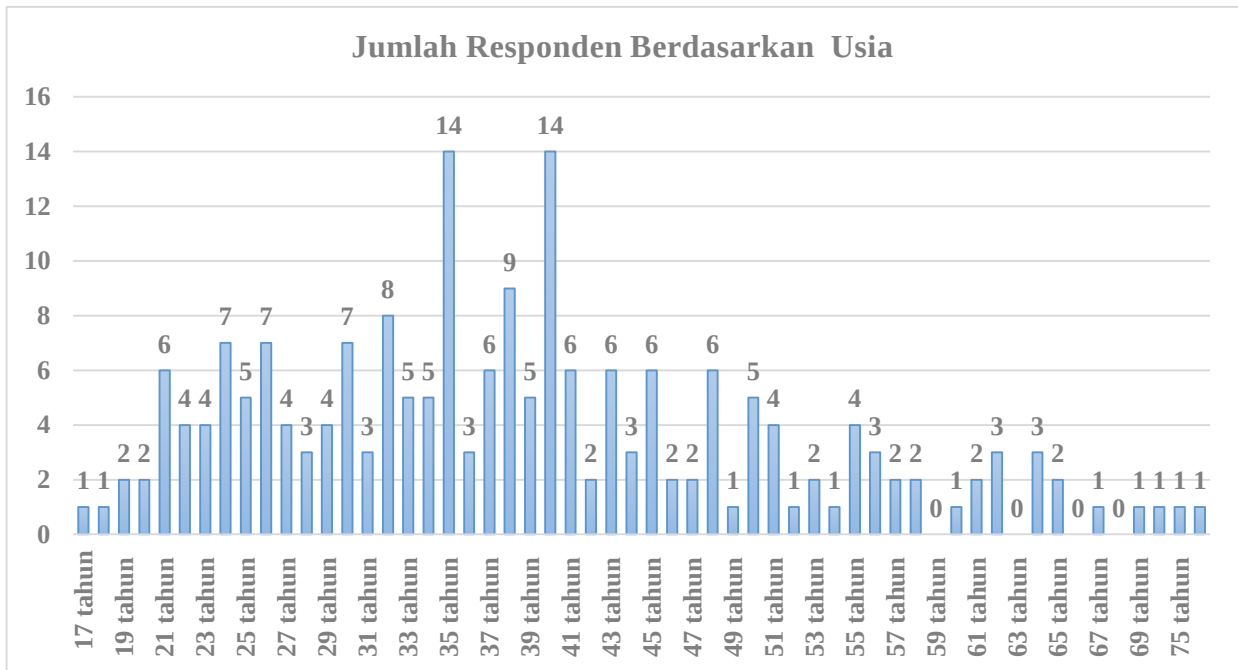
**Table 4.8 Pendidikan Responden**

| Jenjang Pendidikan     | Jumlah Responden |
|------------------------|------------------|
| S1                     | 7                |
| D3                     | 2                |
| SPG                    | 1                |
| SMA Sederajat          | 50               |
| SMP Sederajat          | 41               |
| SD Sederajat           | 85               |
| TK                     | 1                |
| Pondok (Tanpa Sekolah) | 1                |
| Tidak Sekolah          | 15               |

**Grafik 4.6 Tingkat Pendidikan Responden**

### 3. Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil pencarian data, usia responden terdiri dari berbagai macam mulai dari usia 17 hingga 60 lebih. Hal ini di karenakan terbatas dengan usia wanita yang telah menjadi seorang Ibu-ibu atau yang telah membangun rumahtangga. Berikut grafik jumlah responden berdasarkan usia, (untuk data usia responden tersedia di lampiran).

**Grafik 4.7 Usia Responden**

## **B. Deskripsi Perolehan Data**

Dalam pemaparan data dibawah ini, peneliti hanya akan memaparkan data yang didapatkan saat pencarian data sesuai dengan kelompok instrument yang dirumuskan sebelumnya. Berikut hasil pencarian data yang dilakukan oleh penulis:

### **1. Instrument Brand Awareness**

Instrument pertama adalah berkenaan dengan bagaimana tingkat *brand awareness* program dakwah televisi “Islam Itu Indah” bagi responden. Responden akan diberikan instrument tentang apa program dakwah televisi yang di ingat pertama kali.

Berdasarkan data yang telah diperoleh dilapangan, saat responden menyebutkan acara dakwah di televisi responden menyebutkan:

**Table 4.9 Jawaban Kuisioner 1 Responden**

| <b>Program Dakwah Televisi</b> | <b>Jumlah Responden</b> |
|--------------------------------|-------------------------|
| Berita Islami Masa Kini        | 2                       |
| Damai Indonesiaku              | 2                       |
| Haul Akbar Syiah TV            | 1                       |
| Indosiar-pagi-pagi             | 6                       |
| Islam Itu Indah                | 41                      |
| Jamaah Oh Jamaah               | 7                       |
| Kiai As'ad ANTV                | 1                       |
| Kiswah TV 9                    | 4                       |
| Mama dan Aa'                   | 2                       |
| Mama Dede                      | 73                      |
| Mozaik Islam                   | 8                       |
| Para Pencari Tuhan             | 1                       |
| Perempuan Indosiar             | 1                       |
| Pintu Taubat                   | 1                       |
| Rahasia Illahi                 | 2                       |
| SCTV                           | 1                       |
| Trans TV – Ustad Maulana       | 11                      |
| Ustad Maulana dan Oki          | 1                       |
| Ustad Jefry                    | 1                       |
| Ustad Maulana                  | 23                      |
| Ustadzah Okki                  | 2                       |
| Lupa                           | 12                      |
| <b>TOTAL</b>                   | <b>203</b>              |

Setelah responden menyebutkan program dakwah televisi yang mereka pikirkan pertama kali, responden diberikan kesempatan untuk mengingatkan kembali program dakwah televisi lain yang dikenalnya. Berikut data yang diperoleh oleh peneliti dilapangan:

**Table 4.10 Jawaban Kuisioner 2.1**

| <b>Program Dakwah Televisi</b> | <b>Jumlah Responden</b> |
|--------------------------------|-------------------------|
| Berita Islami Masa Kini        | 8                       |
| Sahabat Fajar Bios TV          | 1                       |
| Damai Indonesiaku              | 1                       |
| Dzikir Bang Amil TVRI          | 1                       |
| H.Abdurahman Muis TV 9         | 1                       |
| Indosiar – pagi-pagi           | 4                       |
| Indosiar Mama & Aa             | 2                       |
| Islam Itu Indah                | 19                      |
| Jamaah Oh Jamaah               | 5                       |
| Kiswah TV9                     | 2                       |
| Mama dan Aa'                   | 9                       |
| Mama Dede                      | 49                      |
| MNC – Arifin Ilham             | 1                       |
| Mozaik Islam                   | 2                       |
| Trans TV – Ustadz Maulana      | 3                       |
| Ustadz Al Habsy RCTI           | 1                       |
| Ustadz Jefry                   | 3                       |
| Ustadz Maulana                 | 23                      |
| Ustadz Yusuf Mansyur           | 3                       |
| Ustadzah Okki                  | 1                       |
| Ustadz Yusuf Di RCTI           | 1                       |

|            |     |
|------------|-----|
| Tidak Tahu | 59  |
| TOTAL      | 203 |

Dalam instrument yang sama, responden juga menambahkan program dakwah televisi lain yang dikenalnya. Berikut data yang dihasilkan oleh peneliti dalam penelitian dilapangan.

**Table 4.11 Jawaban 2.2**

| <b>Program Dakwah Televisi</b> | <b>Jumlah Responden</b> |
|--------------------------------|-------------------------|
| Aa' Gym                        | 1                       |
| Berita Islam Masa Kini         | 7                       |
| Islam Itu Indah                | 3                       |
| Jamaah Oh Jamaah               | 2                       |
| Kiswah TV9                     | 3                       |
| Mama Dede                      | 3                       |
| MNC – Arifin Ilham             | 2                       |
| Mozaik Islam                   | 5                       |
| Qurotul A'yun                  | 1                       |
| Bengkel Keluarga Sakinah       | 1                       |
| Ustad Solmed TPI               | 1                       |
| TV One                         | 1                       |
| Ustad Jefry                    | 3                       |
| Ustad Maulana                  | 2                       |
| Ustad Yusuf                    | 2                       |
| Tidak Tahu                     | 162                     |
| TOTAL                          | 203                     |

Berdasarkan data penelitian lapangan yang dilakukan penulis, ternyata ada beberapa responden yang mengingat hingga program televisi ke 3 yang diketahuinya, namun sebagian besar sudah menyatakan diri tidak mengingat kembali. Berikut data yang dihasilkan oleh penulis:

**Table 4.12 Jawaban 2.3**

| <b>Program Dakwah Televisi</b> | <b>Jumlah Responden</b> |
|--------------------------------|-------------------------|
| Apa Kata Bu Nyai               | 1                       |
| Sahabat Fajar Bios TV          | 1                       |
| Mama Dede                      | 1                       |
| TV one                         | 1                       |
| Ustd Maulana                   | 1                       |
| Tidak Tau                      | 198                     |
| <b>TOTAL</b>                   | <b>203</b>              |

Berdasarkan data diatas, sebanyak 63 responden yang mengetahui adanya program berjudul “Islam Itu Indah”. Sehingga mereka tidak perlu menjawab instrument lain dalam *brand awareness*. Namun peneliti menjumpai fakta bahwa ada responden yang mengenal program dakwah televisi “Islam Itu Indah” dan ada responden yang tidak mengenal nama “Islam Itu Indah” namun mereka mengetahui ada program dakwah televisi Ustadz Maulana, Jamaah oh Jamaah, Pagi hari di Trans TV, dll.

Menjumpai fakta demikian, dalam melakukan penelitian lapangan, peneliti tetap mengajukan pertanyaan selanjutnya, mengenai bagaimana hasilnya akan diulas di bab analisis data. Oleh karenanya sebanyak 140

responden masih disuguhkan instrument pertanyaan selanjutnya dalam kategori instrument *brand awareness*.

Dari 140 responden yang belum mampu mengenal judul “Islam Itu Indah” 60 responden yang mampu mengetahui atribut dari program dakwah misalnya mengetahui Ustadz Maulana, Jamaah oh Jamaah, dll. Namun setelah ditanyakan instrument berikutnya mengenai diberikan pilihan-pilihan jawaban termasuk nama “Islam Itu Indah” Berikut beberapa jawaban responden setelah ditanyakan program dakwah televisi yang mempunyai simbol “Jamaah oh Jamaah”.

**Table 4.13 Jawaban Kuisisioner 3**

| <b>Program Dakwah Televisi</b> | <b>Jumlah Responden</b> |
|--------------------------------|-------------------------|
| Islam Itu Indah                | 103                     |
| Tau tapi lupa namanya          | 21                      |
| Tidak tahu                     | 16                      |

Dari 16 Responden yang tidak mampu menjawab instrument sebelumnya, peneliti menanyakan kembali apakah responden mengetahui atau tidak tentang acara “Islam Itu Indah”. Ternyata 16 responden yang menyatakan diri tidak mengetahui *jamaah oh jamaah* tidak mengetahui program dakwah televisi “Islam Itu Indah”.

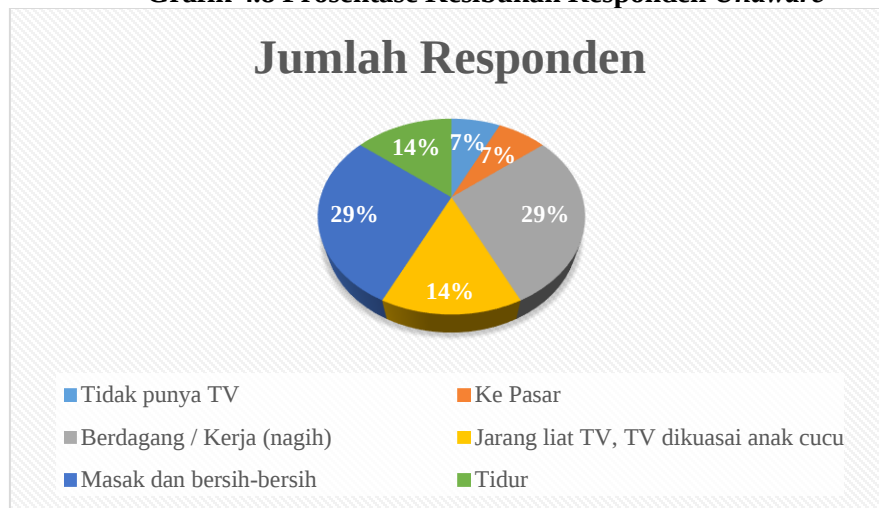
Selanjutnya peneliti mengenai sumber informasi responden hingga mengetahui program dakwah televisi “Islam Itu Indah”. Peneliti menemukan fakta bahwa tidak semua orang yang mengetahui adanya program dakwah

televisi “Islam Itu Indah” pernah melihat atau menyaksikan secara langsung program dakwah televisi tersebut. Ada 31 responden yang mengetahui program dakwah televisi “Islam Itu Indah” dari cerita-cerita tetangga dan iklan di TV saat menonton program televisi selainnya di Trans TV atau tidak pernah menyaksikan secara langsung program dakwah televisi “Islam Itu Indah”.

Instrument selanjutnya mengenai alasan mengapa sampai tidak mengetahui atau tidak mengenal program dakwah televisi “Islam Itu Indah”. Berdasarkan hasil penelitian peneliti di lapangan, didapatkan bahwa ada sebagian besar karena kesibukan mereka, baik kesibukan peran sebagai Ibu rumah tangga atau Ibu rumah tangga yang sedang bekerja. Alasan selainnya didapatkan karena jarang melihat televisi, televisi sudah di kuasai anak sehingga mereka sudah tidak mempunyai daya untuk melihat acara yang mereka inginkan. Hal ini dikarenakan status mereka yang juga harus mengurus anak cucu mereka. Alasan lain misalkan karena di jam tersebut tidur, bahkan ada yang menyampaikan tidak mempunyai televisi.

**Table 4.14 Kesibukan Responden yang tidak menonton TV di Pagi hari**

| <b>Kesibukan Pagi hari</b> | <b>Jumlah Responden</b> |
|----------------------------|-------------------------|
| Tidak punya TV             | 1                       |
| Ke Pasar                   | 1                       |
| Berdagang / Kerja (nagih)  | 4                       |
| TV dikuasai anak cucu      | 2                       |
| Masak dan bersih-bersih    | 4                       |
| Tidur                      | 2                       |

**Grafik 4.8 Prosentase Kesibukan Responden Unaware**

## 2. *Instrument Brand Asosiation*

Memberikan asosiasi terhadap sebuah program tertentu, tentu seseorang tersebut harus menyaksikan sendiri, mengetahui secara langsung riel produk tersebut, tidak dari orang lain atau data-data sekunder. Hal ini dikarenakan mereka tidak akan mampu menilai atribut manakah yang paling mudah di ingat oleh mereka, karena mereka tidak memiliki ingatan secara menyeluruh mengenai program yang disuguhkan. Oleh karena itu, pihak yang meneruskan untuk penelitian dibawah ini adalah mereka yang melihat langsung, yakni 172 responden yang menyatakan diri pernah melihat secara langsung program dakwah televisi “Islam Itu Indah”.

Dalam instrument mengenai asosiasi program dakwah “Islam Itu Indah” responden diberikan kebebasan untuk menyebutkan apa saja yang menjadi

asosiasi dalam benak responden saat mengingat atau mendengar program dakwah televisi “Islam Itu Indah”. Terdapat 218 Asosiasi dari 172 Responden yang telah melihat langsung. Jumlah asosiasi lebih banyak karena 1 responden mampu menyebutkan lebih dari 1 hal yang mereka asosikan dari program dakwah televisi “Islam Itu Indah”.

**Table 4.15 Banyaknya Asosiasi Responden Terhadap Program “Islam Itu Indah”**

| <b>Asosiasi Responden</b>           | <b>Jumlah Responden</b> |
|-------------------------------------|-------------------------|
| Ustadz Maulana Baik dan Sabar       | 1                       |
| Ustadz Maulana Atraktif             | 8                       |
| Ustadz Maulana Kebancian            | 1                       |
| Ustadz Maulana Cerewet              | 1                       |
| Ustadz Maulana Gaul                 | 1                       |
| Ustadz Maulana Kayak Sokor          | 1                       |
| Ustadz Maulana Kecil                | 5                       |
| Ustadz Maulana Lebay                | 2                       |
| Ustadz Maulana Lucu                 | 85                      |
| Ustadz Maulana Suaranya unik        | 1                       |
| Ustadz Nur Syamsudin Pintar Mengaji | 2                       |
| Ustadzah Okki Santun                | 5                       |
| Ustadzah Okki Tegas                 | 10                      |
| Gaya Ustadz Maulana Lucu            | 6                       |
| Hak Istri Pada Suami                | 1                       |
| Kebersamaan bersama tetangga        | 1                       |
| Kesombongan hanya milik Allah       | 1                       |
| Mendidik Anak                       | 1                       |

|                                                     |    |
|-----------------------------------------------------|----|
| Menghormati dan berbakti pada orangtua terutama Ibu | 8  |
| Menyelesaikan Masalah                               | 1  |
| Sedekah lewat tenaga                                | 1  |
| Sholat tiang agama                                  | 1  |
| Tentang istri yang baik                             | 1  |
| Menjalani kehidupan rumahtangga                     | 1  |
| Menambah Wawasan                                    | 1  |
| Materi bermanfaat                                   | 1  |
| Temanya tentang keseharian                          | 1  |
| Acaranya pagi-pagi                                  | 1  |
| Banyak Ketawa                                       | 1  |
| Bintang tamu ganti-ganti                            | 4  |
| Cerita Sejarah Nabi dan Sahabat                     | 5  |
| Do'a & Reungan Mengharukan dan Menyentuh hati       | 23 |
| Host Fadli dan Fadlan                               | 1  |
| Jamaah Oh Jamaah                                    | 21 |
| Tanya Jawab Ustadz                                  | 6  |
| Acaranya menyenangkan                               | 4  |
| Disiarkan di Trans TV                               | 3  |

### 3. Instrumen Perceived Quality

Sama halnya dengan dimensi asosisasi program diatas, dalam dimensi kualitas yang menjadi responden adalah mereka yang menyaksikan program secara langsung, karena seseorang tidak akan mampu menilai baik tidaknya

sebuah program jika tidak pernah menyaksikan langsung program tersebut. Begitu pula dalam penilaian kualitas program dakwah televisi “Islam Itu Indah” mereka yang menjadi responden adalah 172 responden yang menyatakan diri melihat secara langsung program dakwah televisi “Islam Itu Indah”.

Dalam penelitian ini, peneliti menyusun unsur unsur dakwah yang menjadi atribut dalam program dakwah televisi “Islam Itu Indah”. Atribut tersebut di nilai oleh responden berdasarkan penilaian konsumen dengan menggunakan skala likert. Responden akan memberikan penilaian sesuai dengan persepsi dan penilaian subyektif responden sesuai dengan teori *perceived quality* yang dikemukakan oleh Keller. Berikut beberapa atribut yang dinilai.

a) Subyek Dakwah

Dalam atribut subyek dakwah,peneliti menggunakan pendekatan teori citra *da'i*. Dalam teori tersebut digunakan beberapa aspek untuk menilai apakah kualitas seorang *da'i* dianggap baik atau tidak. *Pertama*, pemahaman mengenai agama. *Kedua*, penyampaian materi yang mudah dipahami. *Ketiga*, figur atau tauladan yang dimiliki dalam kehidupan sehari-hari. Dalam atribut subyek dakwah, peneliti akan mengajukan 3 indikator ini sebagai indikator *da'i* yang baik. Responden akan memberikan point sesuai dengan penilaian mereka masing-masing.

b) Metode Dakwah

Dalam atribut metode dakwah, program dakwah televisi “Islam Itu Indah” telah memiliki banyak variasi metode dakwah. Metode tersebut dilakukan sebagai variasi segmen acara program “Islam Itu Indah” mulai dari tanya jawab, cerita sejarah, sebutan jamaah oh jamaah, waktu penayangan, merupakan metode yang digunakan dalam menyampaikan materi dakwah.

c) Materi Dakwah

Sesuai dengan teori yang disampaikan diatas, bahwa materi dakwah yang baik akan harus sesuai dengan nilai-nilai Al-Qur'an dan As-Sunnah serta disesuaikan dengan *mad'u* agar *mad'u* mampu menyelesaikan masalah-masalah yang mereka hadapi sesuai dengan ajaran dalam Qur'an dan Sunnah. Dalam aspek kesesuaian dengan Al-Qur'an dan As-Sunnah, butuh penilaian ahli yang tidak mungkin dinilai oleh orang awam, aspek yang dapat dinilai hanyalah mampu menyelesaikan masalah-masalah yang dialami oleh obyek. Dikarenakan dalam penelitian ini obyek yang disasar adalah Ibu rumahtangga, materi yang baik bagi mereka harusnya mengenai masalah-masalah kerumahtanggan.

d) Media Dakwah

Sesuai dengan penjelasan dalam bab analisis, ada positif dan negatif dalam penggunaan media televisi. Kualitas media televisi tentu pada kejelasan suara dan gambar yang diterima oleh penonton, agar pesan yang dikirim mampu di lihat dan di dengar dengan baik dan jelas oleh penonton.

Dengan menggunakan indaktor-indikator tersebutlah peneliti mencari data dilapangan dalam bentuk instument angket. Berikut penilaian 172 Responden yang pernah mengetahui dengan menyaksikan secara langsung.

**Table 4.16 Pilihan Responden pada Instrument *Perceived Quality***

| <b>Kuisioner</b> | <b>Sangat Setuju</b> | <b>Setuju</b> | <b>Tidak Setuju</b> | <b>Sangat Tidak Setuju</b> |
|------------------|----------------------|---------------|---------------------|----------------------------|
| K1               | 57                   | 90            | 20                  | 5                          |
| K2               | 49                   | 91            | 31                  | 1                          |
| K3               | 32                   | 118           | 22                  | 0                          |
| K4               | 52                   | 110           | 9                   | 1                          |
| K5               | 47                   | 117           | 7                   | 1                          |
| K6               | 36                   | 127           | 9                   | 0                          |
| K7               | 14                   | 78            | 60                  | 20                         |
| K8               | 17                   | 92            | 58                  | 5                          |
| K9               | 9                    | 95            | 62                  | 6                          |
| K10              | 31                   | 109           | 29                  | 3                          |
| K11              | 53                   | 80            | 29                  | 10                         |
| K12              | 31                   | 125           | 16                  | 0                          |
| K13              | 65                   | 97            | 10                  | 0                          |
| K14              | 42                   | 75            | 44                  | 11                         |
| K15              | 18                   | 128           | 25                  | 1                          |
| K16              | 34                   | 99            | 38                  | 1                          |
| K17              | 68                   | 101           | 3                   | 0                          |

Mengenai keterangan K1 (Kuisioner 1), K2 (Kuisioner 2), dan seterusnya bisa dilihat di bab 3 mengenai perumusan atribut program dakwah terlevisi “Islam Itu Indah” atau dalam lampiran.

#### 4. Analisis *Brand Loyalty*

Dalam dimensi *brand loyalty* peneliti mengajukan beberapa instrument yang bertujuan hendak mengklasifikasikan tingkatan loyalitas responden dalam menonton program dakwah televisi “Islam Itu Indah”. Responden dalam penelitian dimensi *brand loyalty* haruslah mereka yang pernah menyaksikan program dakwah televisi “Islam Itu Indah”, yakni 172 responden yang menyatakan diri menyaksikan secara langsung program dakwah televisi “Islam Itu Indah”.

Dalam perumusan instrument peneliti menyesuaikan dengan subdimensi *brand loyalty* dalam konsep *brand equity* dan peneliti juga dibantu dengan teori *costumer loyalty* milik kotler untuk memperjelas instrument. Konsep *brand loyalty* mengenal 5 tingkatan loyalitas konsumen yakni *swicther buyer*, *habitual buyer*, *Satisfied buyer*, *like the brand*, dan *commited buyer*. Klasifikasi tersebut berurutan mulai dari penonton yang kadang melihat kadang tidak, menonton hanya sesekali atau penonton yang tidak loyal sama sekali hingga penonton yang sangat suka dengan program tersebut, sering menonton, tidak akan menonton program lain di jam yang sama, dan lain-lain.

Peneliti mengklasifikasikan dalam beberapa instrument, yakni penonton yang kadang melihat “Islam Itu Indah” kadang tidak. Kedua, penonton yang kadang menonton karena kebiasaan mereka, mereka bukan orang yang suka tapi jika bukan orang yang tidak suka. Ketiga, Mereka yang

mengaku puas dengan indikator ingin menonton kembali program tersebut. Keempat, adalah mereka yang mengaku penonton setia. Instrumen penonton setia tersebut akan diklasifikasikan dengan pertanyaan menyarankan pada orang lain untuk menonton dan akan tetap menonton meskipun ada kesalahan dalam penyayangan terakhir. Peneliti mencari data dengan menyajikan pertanyaan nominal pada responden, responden akan menjawab Ya atau Tidak atas instrumen pernyataan tersebut. Berikut data yang berhasil di himpun oleh peneliti.

- a. *Jumlah responden yang kadang melihat “Islam Itu Indah”.*

**Table 4.17 Jumlah Responden pada instrumen *Brand Loyalty 1***

| Ya           | Tidak         |
|--------------|---------------|
| 72 Responden | 100 Responden |

- b. *Jumlah responden yang melihat “Islam Itu Indah” karena kebiasaan.*

**Table 4.18 Jumlah Responden pada instrumen *Brand Loyalty 2***

| Ya           | Tidak         |
|--------------|---------------|
| 21 Responden | 151 Responden |

- c. *Jumlah responden yang ingin melihat “Islam Itu Indah” setelah menonton..*

**Table 4.19 Jumlah menonton pada instrumen *Brand Loyalty 3***

| Ya            | Tidak        |
|---------------|--------------|
| 106 Responden | 66 Responden |

- d. *Jumlah responden yang akan tetap menonton meskipun ada kesalahan pada atribut program.*

**Table 4.20 Jumlah Responden pada Instrument *Brand Loyalty 4***

| <b>Ya</b>    | <b>Tidak</b> |
|--------------|--------------|
| 75 Responden | 97 esponden  |

- e. *Jumlah responden yang mengaku setia dengan “Islam Itu Indah”.*

**Table 4.21 Jumlah Responden pada Instrument *Brand Loyalty 5***

| <b>Ya</b>    | <b>Tidak</b> |
|--------------|--------------|
| 48 Responden | 124sponden   |

- f. *Jumlah responden yang menyarankan orang lain menyaksikan “Islam Itu Indah”.*

**Table 4.22 Jumlah Responden pada Instrument *Brand Loyalty 6***

| <b>Ya</b>    | <b>Tidak</b> |
|--------------|--------------|
| 37 Responden | 135 Respdnen |