

**PENGARUH PESAN DAKWAH RUBRIK KEDAI SUFI MAJALAH AULA
EDISI BULAN MARET 2018 TERHADAP PERUBAHAN KOGNITIF IBU-
IBU DASA WISMA DWI MELATI DESA GUNUNG ANYAR LOR
SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Sosial (S.Sos.)



Oleh :

Fitrah Amaliah
NIM. B01215017

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

SURABAYA

2019

PERNYATAAN

PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Yang ber tanda tangn di bawah ini, saya:

Nama : Fitrah Amaliah

NIM : B01215017

Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul : Pengaruh Pesan Dakwah Rubrik Kedai Sufi Majalah Aula Edisi
Bulan Maret 2018 Terhadap Perubahan Kognitif Ibu-ibu Dasa
Wisma Dwi Melati Desa Gunung Anyar Lor Surabaya

Alamat : Jl. Gunung Anyar Lor IIIa/3, Surabaya

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain.
3. Apabila dikemudian terbukti ada atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi, saya bersedia menanggung segala konsekuensi yang terjadi.

Surabaya, 1 Maret 2019
Yang menyatakan,



Fitrah Amaliah
NIM. B01215017

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Skripsi oleh :

Nama Mahasiswa : Fitrah Amaliah

NIM : B01215017

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam

Judul : Pengaruh Pesan Dakwah Rubrik Kedai Sufi Majalah Aula
Edisi Bulan Maret 2018 Terhadap Perubahan Kognitif Ibu-
Ibu Dasa Wisma Dwi Melati Di Desa Guung Anyar Lor
Surabaya

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 1 Maret 2019

Dosen Pembimbing,



H. Abdullah Sattar, S.Ag.Mfil.I
NIP. 196512171997031002

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi yang disusun oleh Fitrah Amaliah telah dipertahankan didepan

Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 1 Juli 2019

Mengesahkan

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dekan,



Dr. H. Abd. Halim, M.Ag

NIP. 196307251991031003

Penguji I,

Dr. H. Abdullah Sattar, S.Ag.Mfil.

NIP. 196512171997031002

Penguji II,

Dr. Hj. Luluk Fikri Zuhriyah, M.Ag.

NIP. 196912041997032007

Penguji III,

Drs. Masduqi Affandi, MPd.I

NIP. 195701211990031001

Penguji IV,

H. Fahrur Razi, S.Ag, MHI

NIP. 196906122006041018



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : FITRAH AMALIAH
NIM : 1301215017
Fakultas/Jurusan : DAKWAH DAN KOMUNIKASI / KOMUNIKASI
E-mail address : fitriarahmah22@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

PENGARUH PESAN DAKWAH RUBRIK KEDAI SUFI MAJALAH AULA EDISI BULAN
MARET 2018 TERHADAP PERUBAHAN KOGNITIF IBU-IBU DASAR WISMA DWI MELATI
DESA GUNUNG ANYAR LOR SURABAYA

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara fulltext untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,

Penulis



(FITRAH AMALIAH)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Fitrah Amaliah B01215017, 2019. Pengaruh Pesan Dakwah Rubrik Kedai Sufi Majalah Aula Edisi Bulan Maret 2018 Terhadap Perubahan Kognitif Ibu-ibu Dasa Wisma Dwi Melati Desa Gunung Anyar Lor Surabaya.

Kata Kunci: Pesan Dakwah, Kedai Sufi, Majalah Aula, Perubahan Kognitif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh pesan dakwah rubrik kedai sufi majalah aula terhadap perubahan kognitif ibu-ibu Dasa Wisma Dwi Melati Desa Gunung Anyar Lor Surabaya.

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif dengan menjadikan anggota aktifibu-ibu Dasa Wisma Dwi Melati sebagai sampelnya. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik random sampling dimana semua individu dalam populasi dapat dipilih sebagai sampel, karena populasi yang ada kurang dari 100 orang, dengan kriteria penelitian anggota harus beragama islam, maka peneliti menggunakan seluruh populasi sebagai sampel sehingga menjadi penelitian populasi. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode kuesioner (angket) dan data pendukung lainnya diperoleh dari kepustakaan. Uji validitas diperoleh dari hasil analisis pengukuran instrumen menggunakan skala Guttman. Uji reliabilitas menggunakan rumus *Kuder Richardson 21*. Pengolahan data menggunakan program *spss versi 16 for windows* dengan analisis data korelasi chi kuadrat *Pearson* dan menggunakan taraf signifikansi sebesar 5%.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan yang mempengaruhi antara pesan dakwah rubrik kedai sufi majalah aula terhadap perubahan kognitif ibu-ibu Dasa Wisma Dwi Melati Desa Gunung Anyar Lor Surabaya dengan nilai koefisien korelasi 0.583 yang berarti sifat korelasinya sedang.

Terdapat pengaruh yang positif bagi ibu-ibu Dasa Wisma Dwi Melati Desa Gunung Anyar Lor Surabaya setelah membaca pesan dakwah rubrik kedai sufi majalah aula. Peneliti berharap kedepannya Media Cetak sebagai media massa yang mampu memberikan pesan dan pengaruh positif bagi pembacanya dan berharap penelitian sejenis yang akan datang dapat memberikan penyajian data yang lebih lengkap dan terperinci serta berkontribusi lebih baik bagi perkembangan ilmu pengetahuan dimasa mendatang.

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN COVER	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
 BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Hipotesis.....	7
E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	8
G. Definisi Konseptual.....	9
H. Sistematika Pembahasan	12
 BAB II : PENGARUH PESAN DAKWAH MELALUI MEDIA TENTANG CAHAYA MUKMIN PADA KOGNISI MASYARAKAT	
A. Kajian Pustaka	13
1. Pengaruh.....	13
2. Pesan Dakwah.....	14
3. Media Cetak	21
4. Efek Kognitif	23
B. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	27
 BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Rancangan Penelitian.....	34
B. Populasi dan Sampel.....	35
C. Instrumen Penelitian	36
D. Variabel dan Indikator Penelitian	39
E. Prosedur Pengumpulan Data.....	40
F. Teknik Analisis Data	42
 BAB IV : PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	
A. Deskripsi Objek Penelitian	43

Tabel 4.34.....72

beberapa isu atau kabar burung yang sedang ramai dibicarakan seputar ke-
NU-an dan kebangsaan.⁷

Seiring perkembangannya, Majalah Aula pernah menerbitkan oplah dalam sekali terbit hingga mencapai 200.000 eksemplar pada saat Indonesia mengalami krisis moneter di akhir tahun 1990an. Majalah Aula sendiri menjadi salah satu media tertua yang bertahan hingga sekarang dengan pasar segmentasi pembaca terutama dalam kalangan warga NU sendiri di Jawa Timur.

Pada masa awal terbit Majalah Aula hanya memiliki beberapa rubrik yang paten seperti rubrik bahtsul masail, tokoh dan pesantren, khutbah jum'at. Kemudian berkembang seiring dengan kebutuhan konsumen menjadi lebih memiliki banyak rubrik. Dimana media massa sendiri adalah sebuah media untuk menyampaikan sebuah informasi kepada khalayak. Oleh sebab itu, media massa menjadi memiliki peranan penting dalam menyebarkan sebuah informasi yang dibutuhkan oleh khalayak.⁸ Little john berpendapat bahwa media massa merupakan suatu organisasi media dimana dalam proses penyebarannya memediasi pesannya kepada khalayak.⁹

Pada tahun 2014 tercatat terdapat 567 media cetak yang ada di Indonesia. Terdiri atas 312 media cetak yang terbit secara harian, 173 media cetak yang terbit mingguan, dan sisanya 82 media cetak yang terbit

⁷ www.nu.or.id/read/40052/majalah-aula

⁸ Jurnal Ilmu Komunikasi, fisip unmul. th. 2013

⁹ Jurnal komkominfo studi komunikasi dan media vol 16 no. 1 Januari-Juni 2012.

Salah satu faktor yang menjadikan pesan memiliki daya tarik adalah pesan yang memiliki keterkaitan dengan motif komunikasi. Dibutuhkan sebuah pesan himbauan untuk tujuan upaya komunikator untuk menyentuh motif yang dapat menimbulkan suatu dorongan kepada komunikasi.¹⁰ Sebagai seorang penyampai pesan atau komunikator harus dapat menyampaikan pesan yang langsung berkenaan dengan komunikasi sehingga dari pesan tersebut dapat menimbulkan efek.

Pada edisi bulan Maret 2018 Rubrik Kedai Sufi Majalah Aula menerbitkan tulisan yang berjudul “Cahaya Mukmin, Memeriksa Kebenaran Iman” yang membahas mengenai sebuah hadits yang diriwayatkan dari sebaik-baiknya makhluk Allah Ta’ala yang berada di

[illegible]

atas bumi dan di bawah langit. Nabi Muhammad SAW bahwa beliau bersabda:

إِنَّا نَارَ جَهَنَّمَ تَقُولُ لِلْمُؤْمِنِ خَزِيْمُومِن قَدَاطْفَانُورُكَ لَهْبِي

Artinya: “Sesungguhnya api neraka jahannam berkata kepada orang yang beriman: cepatlah engkau pergi dariku wahai orang yang beriman, karena cahayamu benar-benar memadamkan apiku”¹¹

Bukankah cahaya orang mukmin yang bisa memadamkan api neraka jahannam melainkan cahaya yang ia dapatkan di dunia yang dihuni oleh orang yang patuh dan orang yang durhaka. Maka gunakan cahaya ini untuk memadamkan panasnya api ujian dan jadikan kesabaranmu dan kerelaanmu pada takdir Ta'ala untuk mendinginkannya.

Dalam proses penyampaian isi pesan dakwah selalu berkaitan erat dengan proses komunikasi secara langsung. Dimana dalam prosesnya penyeberan pesan dakwah yang melalui media baik cetak maupun media elektronik. Seorang da'i harus mampu mengimbangi antara isi pesan dakwah yang akan didakwahkan dengan daya tangkap atau daya paham mad'u yang memiliki latar belakang pendidikan, umur, dan pekerjaan yang berbeda-beda. Tujuan dari dakwah sendiri adalah harapan adanya perubahan terhadap dalam berperilaku, bersikap maupun perbuatan seperti yang disampaikan dalam al-Qur'an dan as-Sunnah.¹²

Dasa Wisma Dwi Melati adalah sekelompok Ibu-ibu yang tinggal di Desa Gunung Anyar Lor dengan mempunyai agentan rutin yaitu

¹¹ Majalah Aula, Rubrik Kedai Sufi Edisi Bulan Maret 2018 h. 36.

¹² JOM FISIP Vol. 4 No. 2 – Oktober 2017

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh pesan dakwah rubrik kedai sufi dalam majalah aula terhadap perubahan kognitif Ibu-ibu Dasa Wisma Dwi Melati di Desa Gunung Anyar Lor.
2. Sebarapa besarkah pengaruh pesan dakwah rubrik kedai sufi dalam majalah aula terhadap perubahan kognitif ibu-ibu Dasa Wisma Dwi Melati.

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dijelaskan di atas, maka penuliti akan melakukan penelitian dengan tujuan penelitian, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh pesan dakwah rubrik kedai sufi majalah aula terhadap peubahan kognitif ibu-ibu Dasa Wisma Dwi Melati.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan dari perubahan kognitif ibu-ibu Dasa Wisma Dwi Melati di Desa Gunung Anyar Lor.

D. Hipotesis

Hipotesis berasal dari bahasa Yunani yang mempunyai dua kata “hypo” (sementara) dan “thesis” (pernyataan atau teori). Sedangkan menurut para ahli hipotesis adalah dugaan terhadap hubungan antara dua variabel atau lebih.¹³ Hipotesis merupakan suatu jawaban sementara atas jawaban peneliti.¹⁴ Jadi, dapat disimpulkan hipotesis adalah jawaban atau dugaan sementara yang harus diuji. Hipotesis dalam penelitian kuantitatif dapat berupa hipotesis satu variabel dan hipotesis dua atau lebih variabel yang dikenal sebagai hipotesis kausal.¹⁵

Hipotesis operasional: hipotesis operasional merupakan hipotesis yang bersifat objektif. Artinya peneliti merumuskan hipotesis tidak semata-mata berdasarkan anggapan dasarnya, tetapi juga berdasarkan objektivitas. Hipotesis penelitian yang dibuat belum tentu benar setelah diuji dengan menggunakan data yang ada. Untuk itu dalam penelitian ini

¹³ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2013), h. 38.

¹⁴ Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2008), h. 66.

¹⁵ Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, h. 67.

Majalah Aula adalah majalah bulanan yang diterbitkan oleh Pengurus Wilayah Nadhlatul Ulama (PWNU) Jawa Timur. Sejak terbit tahun 1978 Majalah Aula termasuk salah satu media yang cukup lama bertahan dengan segmentasi pembaca yang fanatik, terutama dari kalangan warga NU di Jawa Timur. Hingga kini Majalah Aula selalu menyajikan berita dan aktif merespon beberapa isu penting yang berkembang seputar ke-NU-an, keislaman dan kebangsaan. Majalah Aula sendiri memiliki beberapa rubrik yang paten seperti rubrik, bahtsul masail, tokoh dari pesantren, khutbah jum'at.²⁰

Rubrik Kedai Sufi adalah rubrik yang menyajikan tulisan dari karya tulis sufi dari kalangan islam yang kemudian diterjemahkan ke dalam bahasa indonesia.

Teori kepribadian kognitif adalah teori yang menempatkan analisis proses pemikiran manusia sebagai inti analisis kepribadian dan perbedaan individual.²¹ Teori Kelly orang-orang mengaplikasikan konstruk mereka terhadap interpretasi peristiwa sehari-hari melalui prosedur mental dengan mencakup kategorisasi orang dan barang,

²¹ Lawrence A. Pervin, Dkk., *Psikologi Kepribadian Teori & Penelitian*, (Jakarta:Kencana, 2010), h. 397.

Perspektif psikologi kognitif dalam komunikasi jelas berfokus pada individu sebagai tempat utama untuk menemukan terjadinya peristiwa komunikasi. Komunikasi dalam model psikologi kognitif merupakan pengeluaran dan penerimaan stimulus secara terus-menerus yang ditambahkan dan diseleksi dari stimulus yang terdapat dalam lingkungan informasi.²⁴ Sedangkan Jalaluddin Rahmat efek kognitif berkaitan dengan perubahan pada apa yang dipahami atau dipersepsi khalayak.²⁵

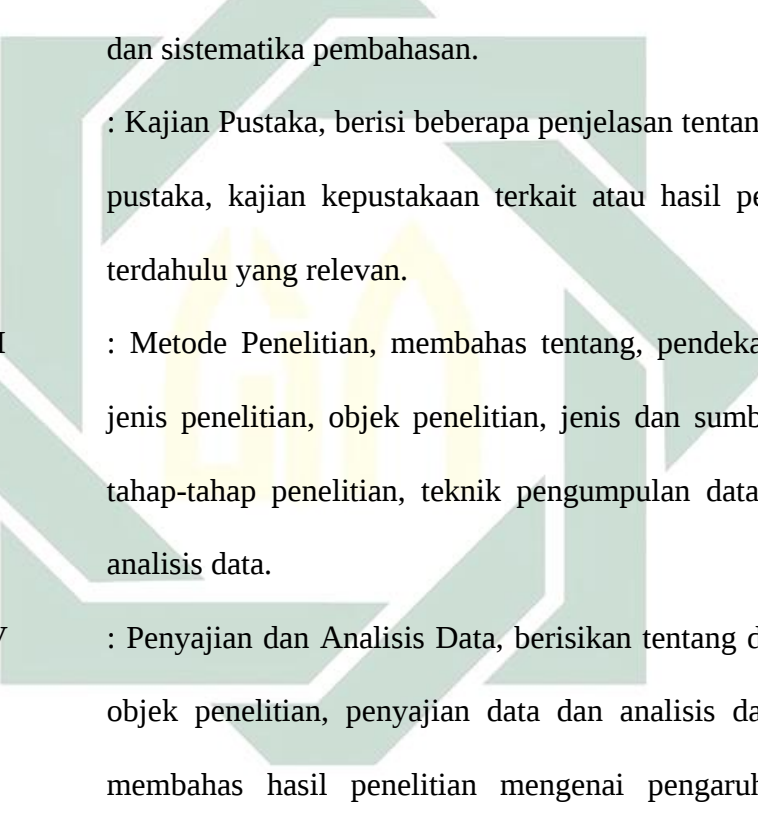
Dwi Melati adalah nama kumpulan ibu-ibu dasa wisata yang ada di desa Gunung Anyar Lor. Dasa wisata adalah kelompok ibu-ibu yang berasal dari 20 KK (Kepala Keluarga) rumah yang bertentangan untuk mempermudah jalannya suatu program. Dimana ketua dasa wisata memiliki tanggungjawab dalam pengumpulan dana, kuesioner, tertib administrasi.

²³ Nina W. Syam, *Psikologi Sebagai Akar Ilmu Komunikasi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama media, 2011), h. 91.

²⁵ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Buku, 2009), h. 454.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah dalam pemahaman semi penelitian ini, maka peneliti menyusun sistematika pembahasan yang terdiri dari lima bab dan terbagi atas sub bab yang lebih terperinci diantaranya sebagai berikut:

- 
- BAB I : Pendahuluan, membahas tentang latar belakang masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, dan sistematika pembahasan.
- BAB II : Kajian Pustaka, berisi beberapa penjelasan tentang kajian pustaka, kajian kepustakaan terkait atau hasil penelitian terdahulu yang relevan.
- BAB III : Metode Penelitian, membahas tentang, pendekatan dan jenis penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.
- BAB IV : Penyajian dan Analisis Data, berisikan tentang deskripsi objek penelitian, penyajian data dan analisis data serta membahas hasil penelitian mengenai pengaruh pesan dakwah rubrik Kedai Sufi Majalah Aula.
- BAB V : Penutup yang berisikan kesimpulan dan saran.

**PENGARUH PESAN DAKWAH MELALUI MEDIA TENTANG CAHAYA
MUKMIN PADA KOGNISI MASYARAKAT**

1. Pengaruh

Efek atau pengaruh yang ditimbulkan menyebabkan adanya *feedback* atau imbal balik, Menurut Dennis Mc Quail secara teori efek atau pengaruh artinya adanya suatu perubahan atau tindakan sebagai

²⁸ Wiranto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, h. 80.

feedback dari akibat diterimanya suatu pesan yakni berupa diterimanya pesan dan adanya suatu tindakan.²⁹

Komunikasi yang efektif ialah komunikasi yang berhasil mencapai sasaran dan menghasilkan *feedback* yang positif.³⁰ Pesan seharusnya mempunyai inti pesan (tema) sebagai pengarah di dalam suatu usaha mencoba mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Sebuah pesan haruslah bersifat informatif (memberikan penjelasan), persuasif (bujukan) dan koersif (memaksa).³¹

2. Pesan Dakwah

Komunikasi merupakan aktivitas mendasar bagi manusia dalam melakukan kegiatan bersosialisasi. Dalam proses berkomunikasi tersebut terjadi pertukaran informasi atau pesan. Pesan adalah suatu informasi yang dikomunikasikan kepada orang lain atau khalayak umum.³² Atau segala sesuatu bentuk simbolik komunikator baik secara verbal maupun non verbal³³.

Pesan dapat digolongkan menjadi dua: bersifat konotatif (makna kiasan atau bukan sebenarnya) dan denotatif (makna sebenarnya).³⁴ Dalam perkembangannya komunikasi mengalami banyak perkembangan dan dijadikan komunikasi sebagai disiplin ilmu

²⁹ Dennis Mc. Quail, *Teori Komunikasi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga Pratama, 1992), h. 281.

³⁰ Mc. Quail, *Teori Komunikasi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Erlangga Pratama, 1992), h. 7.

³¹ H.A.W. Wijdjaja, *Komunikasi (Komunikasi dan Hubungan Masyarakat)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 14-15

³² Nuruddin, *Ilmu Komunikasi dan Populer*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h. 46-47.

³³ H.A.W. Widjdia, *Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rhineka Cipta, 2000), h. 32.

³⁴ Wiranto, *pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2004), h. 28.

tulisan (*Da'wah bi kalam*)³⁹. Dari ketiga bentuk dakwah dengan melalui metode tulisan melalui media cetak salah satunya majalah.

Keberhasilan dakwah tidak semata terletak pada format dan isi, tetapi tergantung pula pada metode dan media. Artinya pengaruh media informasi sungguh semakin nyata dikalangan umat Islam. Semacam pergeseran proposionalitas struktur penggunaan media dakwah, yakni *da'wah bi al-qalam* (media cetak) mendapat posisi besar disamping dakwah *bi al-lisan*.⁴⁰

Majalah merupakan salah satu media komunikasi massa yang paling simple organisasinya. Majalah juga dapat diterbitkan oleh setiap kelompok masyarakat dimana mereka dapat dengan leluasa menentukan bentuk, jenis dan sasaran khalayaknya.⁴¹

Dalam unsur komunikasi salah satunya terdapat efek yang ditimbulkan dari proses komunikasi itu sendiri. Efektif tidaknya suatu komunikasi ditunjukkan dengan adanya efek atau dampak kognitif, afektif maupun behavioral yang timbul dari komunikasi.⁴² Menurut Donald K. Robert beranggapan, efek hanyalah perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan dari media massa. Karena fokus pada komunikasi massa yang efektif adalah pesan, maka efek yang

³⁹ Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1997), h. 34.

⁴⁰ Jurnal KPI Vol. 04 No. 02 Desember 2014, h. 211.

⁴¹ Elvinaro Ardianto, dkk., *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbiosis Rekayasa Media, 2007), h. 121.

⁴² Ali Nurfin, dkk., *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Surabaya: IAIN SA Press, 2013), h. 103.

Maka ada beberapa hal yang perlu kita perhatikan dalam proses penyampaian pesan. Agar tercapai komunikasi yang responsif, sebagai berikut ini:

- Adapun karakteristik isi atau pesan dakwah. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat An-Nisa' ayat 131 Allah berfirman:

⁴⁶ Wahyu Ilaihi, M.A, *Komunikasi Dakwah*, h. 99.

Pesan dakwah akidah adalah pesan dakwah yang menyamapikan kepercayaan atau keyakinan yang berada dalam hati. Sedangkan akidah islam adalah *tauhidullah*. Pada dasarnya terdapat pembagian di dalamnya, yaitu pertama, meyakini bahwa Allah adalah tuhan yang maha esa yang harus disembah tanpa mempersekutukannya. Yang kedua, tauhid rububiyah yaitu meyakini bahwa Allah pencipta, pemiliki, penguasa, pemimpin dan pemelihara alam semesta.⁵⁰

Menurut Ending Saifudding Anshari, pesan dakwah akidah ialah yang meliputi iman kepada Allah SWT, iman kepada malaikat-

[illegible]

malaikat Allah, iman kepada kitab-kitab Allah, iman kepada rasul-rasul Allah, dan iman kepada Qada'dan Qadar.⁵¹

Berita juga termasuk dalam pesan dakwah, dalam al-Quran dijelaskan berbagai variasi berita: berita tentang umat terdahulu, berita-berita gaib yang meliputi makhluk-makhluk gaib serta informasi mengenai hari kemudian dan informasi muatan ilmiah. Sebelum berita didakwahkan hendaknya diteliti nilai kebenarannya.⁵²

3. Media Cetak

Media cetak adalah segala barang cetak yang dipergunakan sebagai sarana penyampaian pesan.⁵³ Media cetak merupakan media tertua yang ada di muka bumi, yang kemudian mengalami perkembangan yang cukup pesat setelah ditemukannya mesin cetak dan kemudian muncullah berbagai bentuk media cetak seperti surat kabar, tabloid, dan majalah.⁵⁴

Media cetak majalah adalah media yang selalu menyajikan sebuah informasi yang mengarah kepada pemenuhan kebutuhan masyarakat maka majalah diarahkan juga kepada khalayak yang

⁵¹ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Buku, 2009), h. 332.

⁵² Jurnal KPI Vol. 08 No. 01, Juni 2018, h. 63.

⁵³ Saranto Aw, *komunikasi Sosial Budaya*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 228.

⁵⁴ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1994), h. 194-150.

lebih khas apakah gaya hidup mereka maupun perbedaan demografinya.⁵⁵

Sedangkan keberadaan majalah sebagai media massa di Indonesia dimulai menjelang dan pada awal kemerdekaan Indonesia. Di Jakarta pada tahun 1945 terbit majalah bulanan dengan nama Pantja Raja pimpinan Markoem Djojihadisoeparto dengan prakarta dari Ki Hajar Dewantoro selaku Menteri Pendidikan RI pertama. Fungsi majalah mengacu pada sasaran khalayak yang spesifik, maka fungsi utama media berbeda antara satu dan lainnya.⁵⁶

Tipe atau kategori suatu majalah ditentukan oleh khalayak yang dituju, artinya, sejak awal sudah menentukan siapa yang akan menjadi pembacanya, apakah anak-anak, remaja, wanita dewasa, pria dewasa, atau untuk pembaca umum dari remaja sampai dewasa. Bisa juga sasaran pembaca yang dituju kalangan profesi tertentu, seperti pelaku bisnis atau pembaca dengan hobi tertentu, seperti kebutuhan informasi mengenai bertani, berternak, memasak.⁵⁷

Kelebihan dari media cetak dibanding dengan media elektronik terletak dari “daya tahan” informasi. Dari berbagai jenis media massa, media cetak memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh media lain, yaitu hasil cetakan yang permanen dan bisa disimpan sehingga pembaca dapat membaca berulang isi pesan

⁵⁵ Alo Liliweri, *Memahami Komunikasi Massa Dalam Masyarakat*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007), h. 114.

⁵⁶ Dennis McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Penerbit Airlangga, 1992), h. 62.

⁵⁷ Elvinus Ardianto, dkk., *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung: Simbiosis Rekutama Media, 2007), h. 114.

Tabloid dan majalah yang terbit secara beskala juga memiliki kelebihan penyampaian informasi yang secara mendalam, dari berbagai sisi, dan berusaha untuk menampilkan informasi yang lebih lengkap lagi dengan gaya penulisan feature yang lebih memikat sehingga tetap disukai pembaca.⁵⁹

Kekurangan dari media cetak adalah penyampaian informasi yang lambat dan tidak langsung atau *real time* pada prosesnya informasi media cetak baru akan diterima khalayak sesuai dengan masa terbitnya. Sehingga ini menjadi penghambat dalam penyampaian informasi kepada khalayak. Kemudian kelemahan dari media cetak yaitu jauh, karena pembaca tidak dapat mengetahui secara langsung mengenai peristiwa yang di sajikan dalam media cetak.⁶⁰

Selain itu media cetak juga tidak akrab karena tidak ada penyiar atau yang menyampaikan pesan dengan disiarkan. Sehingga jajaran redaksi tidak ada yang akrab dengan pembaca berbeda dengan televisi atau radio yang khalayak dapat melihat secara langsung proses penyiarannya. Media cetak juga terkesan tidak

⁶⁰ Mondry, *Pemahaman Teori dan Praktik Jusnalistik*, h. 26.

flexibel karena ketika membaca informasi di media cetak kita tidak bisa melakukan kegiatan yang lain seperti berkendara.⁶¹

4. Efek Kognitif

Efek yang ditimbulkan dari pesan dakwah merupakan salah satu tujuan dari dakwah dengan mempengaruhi tiga aspek perubahan yaitu aspek pengetahuan, sikap dan aspek perilaku. Dalam hal ini efek dapat dibagi tiga, yaitu, efek kognitif, afektif dan behavioral. Dalam prosesnya efek kognitif akan muncul pertama kemudian disusul dengan efek afektif (perubahan sikap) dan terakhir adanya efek behavioral (perubahan perilaku).⁶²

Teori Kepribadian kognitif adalah teori yang menempatkan analisis proses pemikiran manusia sebagai inti analisis kepribadian dan perbedaan individual.⁶³ Pada awal kemunculan teori ini merupakan teori yang sangat dikenal di kalangan psikolog yang meneliti mengenai kepribadian individu atau *personal construct system* (sistem konstruk personal).⁶⁴

Teori Kelly ini, menjelaskan seseorang mengaplikasikan konstruk mereka terhadap interpretasi peristiwa sehari-hari melalui prosedur mental yang mencakup pribadi seseorang dan barang, mengatributkan makna kepada peristiwa dan memprediksi peristiwa

⁶¹ Mondry, *Pemahaman Teori dan Praktik Jusnalistik*, h. 27.

⁶² Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Buku, 2009), h. 456.

⁶³ Lawrence A. Pervin, dkk., *Psikologi Kepribadian Teori & Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 397.

⁶⁴ Lawrence A. Pervin, dkk., *Psikologi Kepribadian Teori & Penelitian*, h. 397

1. Psikologi kognitif cenderung bersifat aktif dan bukan pasif.
2. Psikologi kognitif berlangsung sangat efisien dan akurat.
3. Psikologi kognitif cenderung lebih efektif dalam menangani informasi positif dan daripada negatif.
4. Proses kognitif tidak dapat diamati secara langsung.
5. Proses kognitif saling berkaitan dengan unit satu dengan yang lain dan tidak berjalan sendiri-sendiri.
6. Proses kognitif cenderung dipengaruhi oleh emosi yang tengah dialami seseorang.

Mayoritas psikolog berpendapat perubahan kognitif lebih menekankan pada kematangan dan perubahan yang relatif permanen adalah adanya perubahan dalam berperilaku atau berpikir yang terjadi semata-mata sebagai hasil dari perubahan usia tanpa terpengaruh oleh pengalaman dimasa lalu. Sedangkan perubahan kognitif yang relatif permanen adalah perubahan dalam proses berpikir sebagai hasil dari pengalaman.⁷⁵

⁷⁵ Suryani, *Psikologi Kognitif*, h. 176.

METODE PENELITIAN

Penelitian adalah suatu usaha untuk menentukan, mengembangkan dan mengkaji kebenaran suatu pengetahuan yang dilakukan dengan menggunakan metode-metode ilmiah agar pengetahuan yang dicari dari penelitian tersebut mempunyai nilai ilmiah.⁷⁶ Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian lapangan *field research* yaitu jenis penelitian yang berorientasi pada pengumpulan data empiris di lapangan.⁷⁷

Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian

⁷⁶ Zainal Arifin, *Penelitian Pendidikan*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012), h. 2.

⁷⁷ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha

Ilmu, 2006), h. 15.

⁷⁸Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos, 1997), h. 24.

⁷⁹ Sumanto, *Metodelogo Penelitian Sosial dan Pendidikan Aplikasi Metode Kuantitatif dan Statistik dalam Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1995), h. 97.

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan unit sampling secara fisik yang dibatasi secara ketat oleh kriteria tertentu.⁸¹ Dapat juga didefinisikan sebagai seperangkat unit analisis yang lengkap yang sedang diteliti.⁸² Anggota populasi dapat berupa benda hidup maupun benda mati. Dan manusia, dimana sifat-sifat yang ada dapat diukur atau diamati.⁸³

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan populasi Ibu-ibu Dasa Wisma Dwi Melati di Desa Gunung Anyar Lor. Dengan jumlah populasi sebanyak 21 orang.

b. Sample

Sampel adalah percontohan yang diambil dari populasi dengan mempunyai karakteristik populasi.⁸⁴ Sampel populasi yang jumlahnya kurang dari 100, maka lebih baik jika semua sampel

⁸⁴ Syahrur, , Dkk., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, h. 113.

digunakan. Namun, jika jumlah sampel lebih dari 100 peneliti dapat mengambil sampelnya antara 5%, 10%, 25% dari populasi.⁸⁵ Dari penjelasan diatas peneliti menggunakan 21 anggota dari 22 keseluruhan anggota aktif Dasa Wisma Dwi Melati karena 1 dari anggota tidak memiliki kriteria yang ditentukan peneliti yaitu beragama Islam.

C. Instrumen Penelitian

Intrumen yang peneliti gunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan instrumen angket yang peneliti berikan kepada para responden.

Pada angket tersebut peneliti memberikan jawaban alternatif dengan menggunakan skala pengukuran guttman. Skala guttman digunakan pernyataan yang terkait dengan suatu topik atau isu tertentu dan penelitian sosial khususnya riset politik, opini publik dan antropologi.⁸⁶ Dengan cara pemberian skor pada masing-masing jawaban adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Dengan pemberian skor

Keterangan	Skor Penilaian Soal
Iya	1
Tidak	0

⁸⁵Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka cipta, 2006), h. 131.

⁸⁶morissan, *Metode Penelitian Suervei*, (Jakarta: Kencana, 2012), h. 93-94.

	e. Qona'ah	13,14,15	-	3	-	3
Jumlah Pernyataan		-	-	15	-	15

Keterangan:

P = Positif

N = Negatif

2. Variabel Y (Perubahan Kognitif Pengetahuan Beragama)

a. Definisi Konseptual

Definitif kognitif adalah berkaitan dengan perubahan yang disebabkan pada apa yang dipahami atau yang dipersepsikan oleh khalayak.⁸⁸

b. Kisi-Kisi Instrumen

Pada variabel Y (Perubahan Kognitif Pengetahuan Beragama), aspek-aspek yang diukur adalah adanya pengaruh yang ditimbulkan dari pesan dakwah tersebut. Dengan subjek atau substansi yang menjadi ukuran, sebagai tabel berikut :

Tabel 3.3

Kisi-Kisi Instrumen Penelitian Perubahan Kognitif

Variabel	Indikator-indikator	Pernyataan		Jumlah		
		P	N	+	-	Σ
Perubahan Kognitif	a. Bersabar menghadapi ujian	16,17,18	-	3	-	3
	b. Berserah diri	19,20,21	-	3	-	3
	c. Intropeksi diri	22,23,24	-	3	-	3
	d. Menjauhi larangan-Nya	25,26,27	-	3	-	3

⁸⁸ Moh. Ali. Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana Buku, 2009), h. 454.

Sehingga peneliti dapat menghimpun data yang relevan dengan tujuan penelitian dan memiliki tingkat realibilitas serta validitas yang tinggi.⁹⁴

Peneliti menggunakan model angket atau kuesioner tertutup, yaitu pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada koresponden sudah dalam bentuk pilihan ganda dan koresponden tidak diberi kesempatan untuk mengeluarkan pendapat.⁹⁵ Penggunaan angket dimaksudkan untuk memperoleh informasi tentang pengaruh Rubrik Kedai Sufi Majalah Aula terhadap perubahan kognitif Ibu-Ibu Dasa Wisma Dwi Melati di Desa Gunung Anyar Lor Surabaya.

Sedangkan teknik pengumpulan data yang lainnya adalah sebagai penunjang untuk mendapatkan informasi, diantaranya sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki.⁹⁶ Dimana metode ini dipakai dengan maksud agar peneliti dapat mengetahui situasi obyek yang ditelit dengan melakukan pengamatan atau observasi secara langsung di lokasi penelitian.

2. Wawancara

Metode wawancara dalam proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab

⁹⁴ Wardi Bachtiar, *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1997), h. 74.

⁹⁵ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2013), h. 17.

⁹⁶Hadi Sutrisno, *Methodology Research II*, (Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM, 1984), h. 136.

3. Dokumentasi

F. Teknik Analisis Data

⁹⁷ Moh. Nasir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalis Indonesia, 1999), h. 234.
⁹⁸ Winarto Suharmad, *Pengantar PenelitianI Ilmiah*, (Bandung: Transito, 1982), h. 134.
⁹⁹ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), h. 61.
¹⁰⁰ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h. 156.

HASIL PENELITIAN

1. Profil Dasa Wisma Dwi Melati

Dasa Wisma Dwi Melati merupakan kumpulan tingkat kecil dari sekian banyak penduduk desa. Sebab, sebagian anggota aktif merupakan kelompok lingkungan yang tinggal di jalan Gang. IIIa sehingga timbulah keinginan untuk mengadakan suatu perkumpulan guna bisa saling bertemu dan silaturahmi ditengah kesibukan masing-masing anggota.

Awal mula bedirinya dulu karena adanya mandat dari ketua Rukun Tetangga setempat untuk membuat sebuah kelompok kumpulan ibu-ibu guna dapat meneruskan program dari kelurahan Gunung Anyar. Kata Dasa diambil dari bahasa jawa yang artinya sepuluh. Dasa

Wisma merupakan pecahan dari kelompok Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK)¹⁰¹

Berdiri sejak tahun 2004 Dasa Wisma Dwi Melati telah banyak mengalami pergantian anggota dikarenakan pembangunan desa yang terjadi dari tahun ke tahun sehingga menyebabkan adanya anggota yang berpindah domisili sehingga tidak terdaftar sebagai warga setempat. Namun, hingga sekarang anggota aktif Dasa Wisma Dwi Melati mencapai 21 anggota.

2. Struktur Kepengurusan Dasa Wisma Dwi Melati

Ketua : Hj. Susiani

Wakil Ketua : Sri Wahyuni

Sekretaris : Hj. Erna Sopijah

Bendahara : Siti Chotimah

Anggota : Maimunah

Wiwik Yuliani

Sunartik

Lilik Hariyati

Ika Yuana

Irna Inawati

Sukarti

Sumarmi

Riyanti

Titik

Muslimin

Yeri

Wahyu Eni L.

Alexandria

Tris

Supini

Hariyati

¹⁰¹ Hasil wawancara di kediaman bersama wakil ketua Sri Wahyuni 14 April 2019

3. Visi dan Misi

Memajukan kreatifitas Ibu-ibu dengan turut ikut aktif mengikuti program yang diadakan oleh Kelurahan maupun Ketua RW/RT.

Program kerja yang ada di dalam organisasi dasa melakukan pemeriksaan jentik-jentik rutin perminggu melanjutkan program dari kelurahan Gunung Anyar. Pengadaan koperasi simpan pinjam dengan membaginya menjadi kas besar dan kas kecil. Kas besar adalah dikhususkan untuk simpan pinjam. Sedangkan kas kecil dikhususkan untuk uang sukarela yang masuk dalam kas yang akan digunakan ketika salah satu anggota maupun tetangga sebelah yang terkena musibah akan diambilkan dana dari kas kecil. Juga, program suka rela sumbangan yang merupakan lanjutan dari program ketua Rukun Warga dengan memberikan sumbangan suka rela yang dikumpulkan untuk diberikan kepada kaum dhuafa.

B. Penyajian Data

Peneliti telah melakukan penelitian lapangan dan peneliti mengumpulkan data, maka selanjutnya peneliti akan menyajikan data hasil lapangan. Dalam penggalian data tersebut peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa angket. Berikut data yang didapat dari angket:

1. Tabel Frekuensi Jawaban Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	20	100.0	100.0	100.0

Tabel 4.2
ujian mendatangimu untuk menguji dirimu, dan menguji
kebenaran imanmu

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	1	5.0	5.0	5.0
1	19	95.0	95.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Dari tabel di atas dapat diketahui, bahwa dari 20 responden yang menjawab iya pada pernyataan ujian mendatangimu untuk menguji dirimu, dan menguji kebenaran imanmu sebanyak 19 orang atau dengan persentase sebesar 95%, sedangkan yang menjawab tidak sebanyak 1 orang atau sebesar 5%. Dari penjelasan di atas dapat diketahui, bahwa responden yang paling tinggi memilih jawaban iya pada pernyataan ujian mendatangimu untuk menguji dirimu, dan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	2	10.0	10.0	10.0
1	18	90.0	90.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Dari tabel di atas dapat diketahui, bahwa dari 20 responden yang menjawab ya pada pernyataan jangan pasif terhadap takdir, namun mengeluarkan seluruh upaya untuk melaksanakan perintah-Nya sebanyak 18 orang atau dengan persentase sebesar 90%, sedangkan yang menjawab tidak sebanyak 2 orang atau sebesar 10%. Dari penjelasan di atas dapat diketahui, bahwa responden yang paling tinggi memilih jawaban ya pada pernyataan jangan pasif terhadap takdir, namun mengeluarkan seluruh upaya untuk melaksanakan perintah-Nya dengan prosentase sebesar 90% atau sebanyak 18 orang dan yang rendah memilih tidak dengan prosentase 10% atau sebanyak 2 orang.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	1	5.0	5.0	5.0
1	19	95.0	95.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Dari tabel di atas dapat diketahui, bahwa dari 20 responden yang menjawab iya pada pernyataan jika iman kita kokoh, semua itu terjadi atas kehendak-Nya, maka kita wajib bertawakkal pada-Nya sebanyak 19 orang atau dengan persentase sebesar 95%, sedangkan yang menjawab tidak sebanyak 1 orang atau sebesar 5%. Dari penjelasan di atas dapat diketahui, bahwa responden yang paling tinggi memilih jawaban iya pada pernyataan jika iman kita kokoh, semua itu terjadi

**jika iman kita kokoh, semua itu terjadi atas kehendak-Nya,
maka kita wajib bertawakkal pada-Nya**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	1	5.0	5.0	5.0
1	19	95.0	95.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Dari tabel di atas dapat diketahui, bahwa dari 20 responden yang menjawab iya pada pernyataan jika iman kita kokoh, semua itu terjadi atas kehendak-Nya, maka kita wajib bertawakkal pada-Nya sebanyak 19 orang atau dengan persentase sebesar 95%, sedangkan yang menjawab tidak sebanyak 1 orang atau sebesar 5%. Dari penjelasan di atas dapat diketahui, bahwa responden yang paling tinggi memilih jawaban iya pada pernyataan jika iman kita kokoh, semua itu terjadi

tinggi memilih jawaban iya pada pernyataan janganlah menganiaya dirimu dengan sibuk melakukan hal duniawi, selain melakukan perintah-Nya dengan prosentase sebesar 95% atau sebanyak 19 orang dan yang rendah memilih tidak dengan prosentase 5% atau sebanyak 1 orang.

Tabel 4.11
sebab engkau disibukkan dengan urusan duniawi, karena
engkau lupa Allah yang menciptakan dan memeliharamu

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	20	100.0	100.0	100.0

Dari tabel di atas dapat diketahui, bahwa dari 20 responden yang menjawab ya pada pernyataan sebab engkau disibukkan dengan urusan duniawi, karena engkau lupa Allah yang menciptakan dan memelihara kamu sebanyak 20 orang atau dengan persentase sebesar 100%. Dari penjelasan di atas dapat diketahui, bahwa responden memilih jawaban ya pada pernyataan sebab engkau disibukkan dengan urusan duniawi, karena engkau lupa Allah yang menciptakan dan memelihara kamu dengan prosentase sebesar 100% atau sebanyak 20 orang.

Tabel 4.13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	1	5.0	5.0	5.0
1	19	95.0	95.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Tabel 4.14

perintah-Nya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	1	5.0	5.0	5.0
1	19	95.0	95.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

[illegible]

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	1	5.0	5.0	5.0
1	19	95.0	95.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

[illegible]

sebanyak 19 orang dan yang rendah memilih tidak dengan prosentase 5% atau sebanyak 1 orang.

Tabel 4.16
Allah memberikan cobaan karena Allah ingin menguji keimanan kita

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	20	100.0	100.0	100.0

Dari tabel di atas dapat diketahui, bahwa dari 20 responden yang menjawab iya pada pernyataan Allah memberikan cobaan karena Allah ingin menguji keimanan kita sebanyak 20 orang atau dengan persentase sebesar 100%. Dari penjelasan di atas dapat diketahui, bahwa responden memilih jawaban iya pada pernyataan Allah memberikan cobaan karena Allah ingin menguji keimanan kita dengan prosentase sebesar 100% atau sebanyak 20 orang.

Tabel 4.17
setiap masalah akan selalu ada kemudahan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	20	100.0	100.0	100.0

Dari tabel di atas dapat diketahui, bahwa dari 20 responden yang menjawab iya pada pernyataan setiap masalah akan selalu ada kemudahan sebanyak 20 orang atau dengan persentase sebesar 100%.

Dari penjelasan di atas dapat diketahui, bahwa responden memilih

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	20	100.0	100.0	100.0

Tabel 4.21
kesuksesan dan kegagalan, semua terjadi karena takdir-Nya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	20	100.0	100.0	100.0

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	20	100.0	100.0	100.0

[illegible]

Tabel 4.23
hati yang kotor merupakan penghalang dalam melaksanakan perintah-Nya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	20	100.0	100.0	100.0

Dari tabel di atas dapat diketahui, bahwa dari 20 responden yang menjawab iya pada pernyataan hati yang kotor merupakan penghalang dalam melaksanakan perintah-Nya sebanyak 20 orang atau dengan persentase sebesar 100%. Dari penjelasan di atas dapat diketahui, bahwa responden memilih jawaban iya pada pernyataan hati yang kotor merupakan penghalang dalam melaksanakan perintah-Nya dengan prosentase sebesar 100% atau sebanyak 20 orang.

Tabel 4.24
berbaik sangkalah, semua yang terjadi bisa saja karena
engkau tidak pernah bermuhasabbah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	1	5.0	5.0	5.0
1	19	95.0	95.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Dari tabel di atas dapat diketahui, bahwa dari 20 responden yang menjawab iya pada pernyataan berbaik sangkalah, semua yang terjadi bisa saja karena engkau tidak pernah bermuhasabbah sebanyak 19 orang atau dengan persentase sebesar 95%, sedangkan yang menjawab tidak sebanyak 1 orang atau sebesar 5%. Dari penjelasan di atas dapat

diketahui, bahwa responden yang paling tinggi memilih jawaban iya pada pernyataan berbaik sangkalah, semua yang terjadi bisa saja karena engkau tidak pernah bermuhasabbah dengan prosentase sebesar 95% atau sebanyak 19 orang dan yang rendah memilih tidak dengan prosentase 5% atau sebanyak 1 orang.

Tabel 4.25
seringkali kita khilaf, karena terkadang kita terlalu
disibukkan dengan urusan duniawi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	20	100.0	100.0	100.0

Dari tabel di atas dapat diketahui, bahwa dari 20 responden yang menjawab ya pada pernyataan seringkali kita khilaf, karena terkadang kita terlalu disibukkan dengan urusan duniawi sebanyak 20 orang atau dengan persentase sebesar 100%. Dari penjelasan di atas dapat diketahui, bahwa responden memilih jawaban ya pada pernyataan seringkali kita khilaf, karena terkadang kita terlalu disibukkan dengan urusan duniawi dengan prosentase sebesar 100% atau sebanyak 20 orang.

Tabel 4.26
semua manusia dimata Allah derajatnya sama, hanya yang membedakan tingkat ketakwaan seseorang dengan yang lain

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	20	100.0	100.0	100.0

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	1	5.0	5.0	5.0
1	19	95.0	95.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

[illegible]

Tabel 4.28
menerima segala sesuatu yang telah Allah takdirkan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	1	5.0	5.0	5.0
1	19	95.0	95.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

Dari tabel di atas dapat diketahui, bahwa dari 20 responden yang menjawab iya pada pernyataan menerima segala sesuatu yang telah Allah takdirkan sebanyak 19 orang atau dengan persentase sebesar 95%, sedangkan yang menjawab tidak sebanyak 1 orang atau sebesar 5%. Dari penjelasan di atas dapat diketahui, bahwa responden yang paling tinggi memilih jawaban iya pada pernyataan menerima segala sesuatu yang telah Allah takdirkan dengan prosentase sebesar 95% atau sebanyak 19 orang dan yang rendah memilih tidak dengan prosentase 5% atau sebanyak 1 orang.

Tabel 4.29
jauhilah larangan-Nya dengan penuh kerelaan, dan kerjakan perintah-Nya dengan penuh keikhlasan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	20	100.0	100.0	100.0

Dari tabel di atas dapat diketahui, bahwa dari 20 responden yang menjawab iya pada pernyataan jauhilah larangan-Nya dengan penuh kerelaan, dan kerjakan perintah-Nya dengan penuh keikhlasan sebanyak 20 orang atau dengan persentase sebesar 100%. Dari

b. Koefisien Skalabilitas

$$K_S = 1 - \frac{\epsilon}{x}$$

$$K_S = 1 - \frac{8}{(0,5 \times 300)}$$

$$K_s = 0,947$$

Dari data di atas diperoleh hasil hitung Koefisien Reprodusibilitas $0,973 > 0,90$ dan hasil hitung Koefisien Skalabilitas adalah sebesar $0,947 > 0,60$. Maka, dapat disimpulkan bahwa skala untuk variabel Y baik untuk digunakan dalam penelitian. Hasil perhitungan Kr dan Ks menunjukkan bahwa butir pernyataan untuk variabel Y dinyatakan valid.

3. Uji reliabilitas

Uji reliabelitas dilakukan untuk menguji instrumen yang jika digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama, akan menghasilkan data yang sama.¹⁰⁶ Reabilitas merujuk pada adanya konsistensi terhadap nilai hasil skala pengukuran tertentu terhadap masalah akurasi pengukuran dan hasil penelitian.¹⁰⁷ Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir atau item pertanyaan dalam angket

¹⁰⁶ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 121.

¹⁰⁷Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), h. 100.

2.) Hasil hitung variabel Y

K	15
Σpq	0,28000
Var	35,06000
Mean	25,20000
ρ (KR 21)	1,59510

4. Analisis Data Korelasional

¹⁰⁹Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 228.
¹¹⁰ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, h. 231.

Berdasarkan hasil hitung menggunakan analisis korelasi spearman's. Analisis data dilakukan dengan menggunakan program *spss versi 16 for windows*. Berikut tabel hasil hitung korelasi:

Tabel 4.34

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	.317 ^a	1	.573	1.000	.517
Continuity Correction ^b	.000	1	1.000		
Likelihood Ratio	.335	1	.563		
Fisher's Exact Test					
Linear-by-Linear Association	.302	1	.583		
N of Valid Cases ^b	20				

a. 3 cells (75.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.50.

b. Computed only for a 2x2 table

Pada tabel correlation di atas, dapat diperoleh data nilai Asymp. Sig. Pearson Chi Square adalah sebesar 0.563 dengan nilai signifikansi sebesar 1.000. berdasarkan data tersebut, maka dapat dilakukan pengujian hipotesis dengan melihat hasil Asymp. Sig, dengan ketentuan: ¹¹⁴

- Jika signifikansi Asymp. Sig > 0.05 , maka H_0 diterima.
- Jika signifikansi Asymp. Sig < 0.05 , maka H_0 ditolak.

C. Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis data, seperti yang sudah peneliti paparkan sebelumnya. Maka selanjutnya peneliti akan menjawab rumusan masalah yang sudah peneliti paparkan di Bab pertama, yaitu untuk mengetahui ada

¹¹⁴ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 231

- Dengan menggunakan taraf kesalahan sebesar 0.05 atau (5%), maka dapat diperoleh nilai dari asymp. sig dari tabel dengan jumlah responden 20 orang adalah sebesar 1.000, maka menunjukkan hasil Asymp. Sig. $1.000 > 0.05$, maka menunjukkan hasil nilai hitung yang lebih besar dari nilai ketentuan yaitu $1.000 > 0.05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, terdapat hubungan yang signifikan antara pengaruh pesan dakwah rubrik kedai sufi majalah aula dengan perubahan kognitif ibu-ibu Dasa Wisma Dwi Melati Ds. Gunung Anyar Lor Surabaya setelah membaca rubrik tersebut. Dengan melihat hasil nilai hitung chi pearson sebesar 0.563 yang jika dilihat kembali pada tabel 4.33 Menunjukkan korelasi yang ditimbulkan sedang.

Berdasarkan hasil analisis data korelasional pada tabel 4.33 Nilai signifikansi variabel pesan dakwah rubrik kedai sufi (variabel X) terhadap

[illegible]

PENUTUP

Kesimpulan yang bisa diambil dari hasil penelitian ini adalah:

- 77

Chi kuadrat menunjukkan adanya tingkat perubahan yang signifikan. Atas dasar konklusi dan hasil uji hipotesis dapat dirumuskan suatu proposisi bahwa pesan yang disampaikan melalui tulisan cukup dapat mempengaruhi tingkat kognisi.

B. Saran

Peneliti berharap saran yang peneliti sampaikan dapat memberikan manfaat khususnya untuk mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang lebih mendalam tentang penelitian yang telah peneliti lakukan maupun bagi peneliti umum yang ingin mengambil refrensi. Peneliti sangat berharap besar akan ada penelitian yang lebih mendalam dikarenakan peneliti masih merasa ada yang kurang pada penelitian ini.

1. Bagi Mahasiswa

Bagi mahasiswa diharapkan sebelum mengambil keputusan dalam apa yang akan diteliti lebih baik memperbanyak membaca mengenai berbagai macam penelitian maupun teori-teori yang berhubungan dengan dakwah yang sesuai dengan konsentrasi masing-masing. Guna untuk menambah wawasan mengenai peristiwa yang terjadi dalam perkembangan Ilmu Dakwah.

2. Bagi Calon Peneliti

Bagi calon peneliti yang akan mengambil refrensi dari hasil penelitian ini atau berkeinginan untuk meneliti lebih dalam diharapkan dapat terlebih dahulu mendalami mengenai Majalah Aula khususnya

Kedai Sufi sudah berapa kali edisi ini beredar dan mengenai apa saja edisi yang sudah diterjemahkan dan kemudian di edarkan.

Kekurangan dan saran dari bapak sekretaris, seharusnya konten yang diangkat pada rubrik kedai sufi harus sesuai dengan objek yang akan diteliti. Dan beliau menyarankan untuk mencari edisi Kedai Sufi yang juga masih berkaitan dengan perempuan. Maka dari itu peneliti berharap ada calon peneliti yang mengangkat tentang hal itu dan melakukan penelitian lebih lanjut lagi.

3. Bagi Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Peneliti berharap penelitian yang peneliti lakukan dapat menambah referensi di perpustakaan penelitian mengenai pengaruh pesan dakwah yang diharapkan bisa menunjang penelitian mengenai teks media di bidang dakwah supaya para peneliti berikutnya dapat memperoleh banyak tambahan wawasan baik dari kampus maupun dari luar kampus. Dengan begitu, penelitian yang dihasilkan akan lebih memuaskan.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Pervin, Lawrence. dkk.. *Psikologi Kepribadian Teori & Penelitian*. Jakarta: Kencana. 2010.
- Amrozi, Yusuf. *Dakwah dan Teknologi*. Surabaya: UIN SA Pers. 2014.
- Ardianto, Elvinaro. dkk.. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2007.
- Arifin, Zainal. *Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2012.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka cipta. 2006.
- Aziz, Moh. Ali. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana Buku. 2009.
- Bachtiar, Wardi. *Metodologi Penelitian Ilmu Dakwah*. Jakarta: Logos Wacana Ilmu. 1997.
- Burton, Graeme. *Media dan Budaya Populer*. Yogyakarta: Jalasutra. 2017.
- H.A.W. Widjaja. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rhineka Cipta. 2000..
- Ilaihi. M.A, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2010.
- JOM FISIP Vol. 4 No. 2 – Oktober 2017
- Jurnal Hunafa. Vol. 07 No. 1 April 2010.
- Jurnal komkominformo studi komunikasi dan media vol 16 no. 1 Januari-Juni 2012.
- Jurnal KPI Vol. 04 No. 02 Desember 2014.
- Jurnal KPI Vol. 04 No.02 Desember 2014.
- Jurnal KPI Vol. 08 No. 01. Juni 2018.
- Jurnal KPI Vol. 08 No. 01. Juni 2018.

