

TANGGAPAN MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH
DAN KOMUNIKASI UIN ALAUDDIN MAKASSAR
TERHADAP CERAMAH USTAD M NUR MAULANA
DI TRANS TV

OLEH :

ZULHIDAYAT



JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN MAKASSAR

2014

TANGGAPAN MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH
DAN KOMUNIKASI UIN ALAUDDIN MAKASSAR
TERHADAP CERAMAH USTAD M NUR MAULANA
DI TRANS TV

OLEH :
ZULHIDAYAT
E31108005

*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik*

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN MAKASSAR
2014

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Tanggapan Mahasiswa Fakultas Dakwah Dan
Komunikasi UIN Alauddin Makassar Terhadap
Ceramah Ustad M Nur Maulana di Trans TV

Nama Mahasiswa : Zulhidayat

Nomor Pokok : E31108005

Telah diperiksa dan disetujui oleh Pembimbing.

Makassar, 5 Februari 2014

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Hasrullah, MA.
NIP. 196203071988111002

Muliadi Mau. S.Sos, M.Si
NIP. 197012311998021002

Mengetahui
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr.H.Muhammad Farid, Msi
NIP.19610716 198702 1 001

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Telah Diterima Oleh Tim Evaluasi Skripsi Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Kesarjanaan Dalam Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik Pada Hari Kamis Tanggal Tiga Belas Februari Tahun Dua Ribu Empat Belas.

Makassar, 13 Februari 2014

TIM EVALUASI

Ketua : Dr. H. Muh. Farid, M.Si (.....)

Sekretaris : Alem Febri Sonni, S.Sos, M.Si (.....)

Anggota : 1. Drs. Abdul Gaffar, M.Si (.....)

2. Muliadi Mau, S.Sos, M.Si (.....)

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum WarahmatullahiWabarokatuh

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, melalui ucapan sederhana ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih dan apresiasi setinggi-tingginya kepada:

1. Seluruh keluarga penulis, terkhusus ayahanda Drs. Tamsir Paduai, M.Si dan Ibunda Dr. Sulastriningih Djumingin, M.Hum, yang telah mendidik dan mengorbankan banyak waktu dan tenaga untuk terus memberikan dukungan moril maupun materil sepanjang hidup penulis. Kepada kakanda Nur Linda Sari Tamsir, S.Kom. M.T, Vivi RosidaTamsir, S.Pd. M.Pd, Febriyanti Tamsir, S.Pd.M.Pd. Adindaku Firmansyah dan Kurniawaty yang selalu menjadi sumber semangat untuk penulis. Doa yang mereka panjatkan kepada Allah SWT, hingga keridhoan atas keselamatan, kesehatan, kesabaran, keikhlasan dan rezeki selalu menaungi penulis.
2. Ketua Jurusan Dr. H. Muh. Farid, M.Si dan Sekretaris Drs. Sudirman Karnay, M.Si. Dr. Hasrullah MA selaku pembimbing I dan Muliadi Mau, S.Sos, M.Si pembimbing II beserta penguji Ujian Skripsi Drs. Abdul Gaffar, M.Si dan

Alem Febri Sonni, S.Sos, M.Si yang telah menyediakan waktu, tenaga, pikiran, maupun dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.

3. Dosen-dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis dan staf-staf Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin, Bapak Ridho, Bapak Herman, dan bapak Amrullah yang banyak membantu, serta staf akademik FISIP Unhas Bapak Mursalim dalam pengurusan Ujian Sarjana Penulis.
4. Keluarga besar EXIST08, Keluarga besar Pencak Silat Fisip Unhas. Dan Seluruh Kanda dan Adinda Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin.
5. Kepala Desa Gattareng Toa Kec. Marioriwawo Kab. Soppeng Bapak Irwansa, Anggota DPRD Kab. Soppeng Bapak Ibrahim M.Si, Kepala Dusun Kessi bapak Miring dan ibu, serta warga setempat yang telah memberikan dukungan saat KKN di lokasi. Saudara-saudariku se-posko KKN UNHAS angkatan 82.
6. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar Dr. Hj. Muliaty Amin, M.Ag yang telah memberikan izin bagi penulis untuk melakukan penelitian di fakultas yang dimaksud. Dan Teman-teman yang telah membantu dalam pembagian kuesioner di lokasi penelitian. Serta semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Wassalamualaikum WarahmatullahiWabarokatuh

Makassar, 17 Februari 2014

Zulhidayat

ABSTRAK

ZULHIDAYAT, E31108005. Tanggapan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar Terhadap Ceramah Ustad M Nur Maulana di Trans TV. (Dibimbing oleh Hasrullah dan Muliadi Mau) Skripsi: Program S-1 Universitas Hasanuddin.

Skripsi ini bertujuan: (1) Untuk mengetahui tanggapan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar Terhadap Ceramah Ustad Maulana di Trans Tv (2) Untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar untuk menonton Ceramah Ustad M Nur Maulana di Trans Tv.

Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih dua bulan, yaitu bulan April hingga Mei 2013 yang dilaksanakan di Kota Makassar. Adapun populasi penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin. Pada penentuan sampel, ditentukan secara *probability sampling*. Adapun teknik penentuan jumlah sampel menggunakan *Stephen Isaac & William B. Michael*. Tipe penelitian ini menggunakan paradigma kuantitatif dengan pendekatan deskriptif.

Data primer dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner, cara pengumpulan data dengan menggunakan data pertanyaan yang berstruktur dan diajukan kepada responden. Data sekunder dilakukan dengan observasi, studi pustaka baik itu dari buku-buku, surat kabar, ataupun dari situs internet yang relevan dengan fokus permasalahan serta melakukan wawancara dengan pihak-pihak terkait dengan penelitian. Data yang berhasil dikumpulkan selanjutnya dianalisis secara kuantitatif dengan mendeskripsikan data dalam bentuk tabel frekuensi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tanggapan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar Terhadap Ceramah Ustad Maulana di Trans Tv dinilai “berkualitas”. Berdasarkan dari jumlah tanggapan yang diperoleh sebanyak 265 responden.

ABSTRACT

ZULHIDAYAT, E31108005. Faculty of Da'wa and Communication UIN Alauddin Makassar Response's Against Ustad Maulana's Lecture on Trans TV. (Supervised Hasrullah and Muliadi Mau) Thesis: Program S - 1 Hasanuddin University.

This thesis aims to: (1) To determine the students response's of the Faculty of Da'wa and Communication UIN Alauddin Makassar Against Ustad Maulana Lectures on Trans Tv (2) To determine the factors that encouraged Faculty of Da'wa and Communication UIN Alauddin Makassar to watch Lectures Ustad M Nur Maulana on Trans Tv.

This research was conducted for approximately two months, ie April to May 2013 were held in Makassar. The population of this study is the Faculty of Da'wa and Communication UIN Alauddin student's. In determining the sample, determined by probability sampling. As for the technique using to determining the number of samples using *Stephen Isaac and William B. Michael*. This type of research uses quantitative paradigm with a descriptive approach.

Primary data was collected using a questionnaire, collecting the data by using the data structure and the questions posed to the respondents. Secondary data was done by observation , both the literature review of books, newspapers, or from internet sites that are relevant to the focus of the problem and do interview with parties related to the research. Data that has been collected were analyzed quantitatively by describe the data in the form of frequency tables .

The results showed that the responses of the students da'wa and communication UIN Alaudin faculty to ustad Maulana's lecture in trans tv assessed quality. It is based on the number of responses obtained by 265 respondents.

DAFTAR ISI

	<i>Halaman</i>
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
D. Kerangka Konseptual	6
E. Definisi Operasional	12
F. Metode Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
A. Komunikasi Massa	16
1. Definisi Komunikasi Massa	16
2. Karakteristik Komunikasi Massa	17
3. Fungsi Komunikasi Massa	18
B. Komunikasi Dakwah	21
1. Definisi Komunikasi Dakwah	21
2. Komponen-komponen Komunikasi Dakwah	22

C. Mediun Televisi	27
1. Fungsi Media Televisi	27
2. Motivasi Khalayak Terhadap Menonton	29
D. Tanggapan.....	31
1. Pengertian Tanggapan	31
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tanggapan	32
3. Proses Terjadinya Tanggapan	33
E. Teori <i>Individual Differences Perspective</i>	34
BAB III GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	36
A. Sejarah UIN Alauddin	36
B. Visi, Misi dan Tujuan.....	40
C. Struktur Organisasi UIN Alauddin.....	43
D. Lambang	44
E. Profil Fakultas Dakwah dan Komunikasi.....	45
F. Struktur Organisasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
A. Hasil Penelitian	49
1. Identitas Responden.....	49
1.1 Jenis Kelamin	49
1.2 Umur	50
1.3 Jurusan	51
1.4 Angkatan	52
1.5 Tinggal Bersama.....	52
1.6 Jenis Media Yang Dimiliki	53
1.7 Awal Mengetahui Informasi Tentang Ceramah Ustad Maulana di Trans Tv	54
1.8 Faktor Menonton	54

2. Tanggapan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar Terhadap Ceramah Ustad Maulana di Trans Tv.....	55
2.1 Penggunaan Bahasa Verbal	55
2.2 Penggunaan Bahasa Non Verbal	56
2.3 Kesesuaian Gerakan dan Intonasi “Jamaah Oh Jamaah Alhamdu... lillah”	56
2.4 Isi Ceramah.....	57
2.5 Kesesuaian Ceramah dengan Al-Quran dan Hadist.....	57
2.6 Ketertarikan Menonton Ceramah Ustad Maulana	58
2.7 Alasan Tertarik Menonton Ceramah Ustad Maulana	59
2.8 Alasan Kurang Tertarik Menonton Ceramah Ustad Maulana..	60
2.9 Alasan Tidak Tertarik Menonton Ceramah Ustad Maulana	61
3.1 Tujuan Menonton.....	62
3.2 Apakah Mendapatkan Pembelajaran Islam Setelah Menonton	63
3.3 Apakah Pembelajaran yang didapat Mengubah Perilaku	63
3.4 Perubahan Perilaku Setelah Menonton	64
3.5 Saran Terhadap Ceramah Ustad Maulana.....	65
B. Pembahasan	66
BAB V PENUTUP	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

<i>Nomor</i>	<i>Halaman</i>
4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Umur	50
4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Jurusan	51
4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Angkatan	52
4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Tinggal Bersama	52
4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Media yang Dimiliki	53
4.7 Distribusi Responden Berdasarkan Awal Mengetahui Informasi tentang ceramah ustad Maulana	54
4.8 Distribusi Responden Berdasarkan Faktor Menonton	54
4.9 Distribusi Responden Berdasarkan Penggunaan Bahasa Verbal	55
5.1 Distribusi Responden Berdasarkan Penggunaan Bahasa Nonverbal	56
5.2 Distribusi Responden Berdasarkan Kesesuaian Gerakan dan Intonasi “Jamaah Oh Jamaah Alhamdu...lillah”	56
5.3 Distribusi Responden Berdasarkan Isi Ceramah	57
5.4 Distribusi Responden Berdasarkan Kesesuaian Ceramah dengan Al-quran dan Hadist	57
5.5 Distribusi Responden Berdasarkan Ketertarikan Menonton Ceramah Ustad Maulana	58
5.6 Distribusi Responden Berdasarkan Alasan Tertarik Menonton Ceramah Ustad Maulana	59

5.7	Distribusi Responden Berdasarkan	
	Alasan Kurang Tertarik Menonton Ceramah Ustad Maulana.....	60
5.8	Distribusi Responden Berdasarkan	
	Alasan Tidak Tertarik Menonton Ceramah Ustad Maulana	61
5.9	Distribusi Responden Berdasarkan	
	Tujuan Menonton CeramahUstad Maulana	62
6.1	Distribusi Responden Berdasarkan	
	Apakah Mendapatkan Pembelajaran Islam Setelah Menonton.....	63
6.2	Distribusi Responden Berdasarkan	
	Apakah PembelajaranYang didapat Mengubah Perilaku.....	63
6.3	Distribusi Responden Berdasarkan	
	Perubahan Perilaku Setelah Menonton	64
6.4	Distribusi Responden Berdasarkan	
	Saran Terhadap Ceramah Ustad Maulana di Trans Tv.....	65

DAFTAR GAMBAR

<i>Nomor</i>	<i>Halaman</i>
1.1 Teori <i>Individual Difference Perspective</i>	10
1.2 Kerangka Konseptual.....	11
1.3 Struktur Organisasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar	48

DAFTAR LAMPIRAN

	<i>Hal</i>
Lampiran	78
Lampiran 1 Instrumen Penelitian.....	79
Lampiran 2 Jumlah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar	82
Lampiran 3 Foto Penelitian	83

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Belakangan ini beberapa stasiun televisi gencar-gencarnya menayangkan “Ceramah Islam” yang dibawakan oleh ustad, baik yang sudah berpengalaman sebagai penceramah di tv maupun ustad yang cukup lama syiar Islam namun belum pernah di liput oleh media massa. Seperti Ustad Yusuf Mansur, Arifin Ilham, dan juga Ustad Jefry. Mereka merupakan ustad yang sudah cukup lama dan sering kita mendengar ceramahnya di tv. Namun, beberapa tahun belakangan ini salah satu televisi swasta yakni Trans TV menayangkan ceramah islami yang dibawakan oleh Ustad M. Nur Maulana yang baru dikenal masyarakat Indonesia setelah beliau membawakan ceramah di acara “Islam Itu Indah” di Trans Tv.

Nur Maulana mulai berdakwah sejak usia 14 tahun saat masih duduk di SMP DDI Galesong Beru, Makassar. Aktivitas berdakwahnya pun makin terasa saat menjadi santri di Pondok Pesantren An Nahdah (setingkat SMA), Makassar, dan lulus tahun 1994. Beliau juga sebagai guru agama islam di SD Mangkura, guru SD Islam Athirah, dan pesantren An Nahdah. (<http://www.ceritamu.com/cerita/M-Nur-Maulana>).

Selain berprofesi sebagai guru, ustad M Nur Maulana juga berdakwah dari tempat yang satu ke tempat yang lain, baik itu di rumah warga sebagai penceramah takziah maupun di kantor-kantor dan sekolah-sekolah.

Mengenai “Islam Itu Indah”, Ustad M Nur Maulana dengan intonasi dan gerakan khas menyapa jamaahnya dengan “Jamaah oh jamaah, Alhamdu.....lillah”. slogan yang tengah populer ini membuat anak-anak, remaja dan orang dewasa gemar menirukan ucapannya. Dalam setiap ceramahnya, Ustad Maulana berusaha menampilkan tema-tema yang dekat dengan kehidupan manusia. Tak hanya itu, cara beliau menyampaikan dengan bahasa yang ringan dan humoris membuat daya tarik tersendiri.

Ditambah lagi, di setiap akhir acara beliau selalu mengajak para jamaahnya untuk merefleksikan diri. Sejenak menundukkan kepala berdoa dan memohon ampun atas kesalahan dan kekhilafan yang pernah dilakukan. Jamaah seakan ikut menangis bahkan ada juga jamaah yang menangis sampai air matanya berlinang saat doa-doa mohon ampun dipanjatkan Ustad M Nur Maulana. Namun, yang namanya keberhasilan tak selamanya abadi. Di antara pujian-pujian yang ada, Ustad M Nur Maulana pun tak luput dari cemoohan, kritikan pun berdatangan. Hujan kritikan pada dirinya juga ramai di jejaring sosial. Gaya ceramahnya dinilai tak berwibawa. Salah satunya penulis menemukan kritikan yang cukup pedas yang ditulis oleh seseorang dalam akunnya di kompasiana.com. Berikut cuplikan tulisannya yang berjudul “Ustad-ustad Itu Membuat Saya Malu Sebagai Muslim”.

Jama'aaah hooooo jama'aaah. Alhamdu lillaaaah!

Begitulah slogan salah satu ustad muda yang kini sangat populer di televisi. Ustad muda yang satu ini menggunakan lawakan dan akting seperti pemain teater untuk menarik perhatian. Tapi menurut saya, kadar lawakan dan aktingnya sudah melebihi kewajaran. Lawakannya berlebihan dan terkesan dibuat-buat, begitu pula gerakannya seperti sedang berakting. Awalnya saya tertarik dengan ceramahnya yang segar

dan penuh humor. Tapi lama kelamaan, saya merasa tidak nyaman menyaksikannya. Apalagi substansi agama yang dibawakan kurang sekali, bahkan yang ada pun tidak terasakan karena tertutup oleh banyolannya. (<http://Ustadustad%20itu%20Membuat%20Saya%20Malu%20Sebagai%20Muslim.htm>)

Selain itu, ada juga kritikan seseorang dari tulisannya dalam sebuah blog pribadinya, yang berjudul “Teruntuk Ustadz Muhammad Nur Maulana (Jamaah oh jamaah...) dan Trans Tv”. Namun baiknya kritikan ini lebih bersifat saran bukan cemoahan. Berikut cuplikan tulisannya :

“Cara berceramahnya yang cukup unik namun ada yang mengatakannya cukup aneh saya rasa cukup bertentangan dengan cara berceramah yang dilakukan Nabi Muhammad SAW, ketika berdakwah Nabi, tegas, dan penuh wibawa. Meskipun Nabi tidak membatasi cara menyampaikan ajaran islam, akan tetapi sungguh rasanya (maaf) akan lebih baik bila seorang ustadz menjaga sikap dan kewibawaannya sebagai seorang yang berilmu dan menyampaikan ilmunya”. (<http://taufiknandangf.blogspot.com/2011/09/teruntuk-ustadz-muhammad-nur-maulana.html>)

Itulah dua hal dari berbagai banyak kritikan yang diterima oleh Ustad Maulana maupun terhadap tayangan “Islam Itu Indah”. Berdasarkan kritikan yang banyak diterima oleh Ustad M Nur Maulana, suaramerdeka.com menulis cuplikan jawaban dari Ustad M Nur Maulana mengenai kritikan terhadap beliau. Berikut cuplikannya :

“Terus terang saya sempat menangis mendengar kritikan-kritikan itu. Tetapi itu memang gaya saya berceramah sejak dulu. Saya tidak tampil dengan gaya yang dibuat-buat. Bahkan, sejak kali pertama berceramah, ya seperti itulah saya berbicara di depan jamaah saya. Seperti itu karakter saya, tidak ada kaitannya dengan strategi saya dalam berceramah,”. (<http://suaramerdeka.com/v1/index.php/read/cetak/2011/08/01/154601/>)

Tak ketinggalan produser acara “Islam Itu Indah” juga membela sosok figur yang telah mengisi program acaranya. Ia mengatakan tidak memperlakukan gaya ceramah Nur Maulana, malah dianggap bisa menciptakan suasana santai dan tidak monoton. Berikut cuplikan dari [tabloidbintang.com](http://www.tabloidbintang.com) :

“Selama ini, penceramah di Indonesia terkesan kaku, monoton, dan menggurui. Kami ingin memberikan sesuatu yang berbeda dalam berdakwah. Lewat acara Islam Itu Indah kami menyuguhkan sesuatu yang baru, ringan, dan segar di dalam dunia dakwah. Kritik yang menganggap Ustadz Nur Maulana lebay itu berlebihan. Bertahun-tahun mengajar anak TK, SD, SMP telah membentuk karakter Ustadz Nur Maulana seperti itu. Saya menilai, Ustadz Nur Maulana itu bukan lebay tapi childish,” urai Sunka Da Ferry, produser Islam Itu Indah”.
<http://www.tabloidbintang.com/berita/sosok/13174-ust-m-nur-maulana-bagl-gaya-ceramahnya-dibanjiri-kritik-juga-pujian.html>

Berdasarkan fenomena kritikan terhadap Ustad Maulana tersebut, penulis menganggap permasalahan ini perlu untuk diteliti kembali dalam hal tanggapan. Namun penulis tidak memfokuskan permasalahan apakah metode yang digunakan Ustad M Nur Maulana salah atau tidak, tetapi penulis hanya ingin mengetahui tanggapan khalayak dalam hal ini mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar apakah berkualitas, kurang berkualitas, atau bahkan tidak berkualitas dari aspek agama khususnya Islam.

Alasan penulis memilih lokasi penelitian ini ialah berdasarkan fakultasnya yakni dakwah dan komunikasi dengan enam macam jurusan yakni: Komunikasi Penyiaran Indonesia, Bimbingan Penyuluhan Islam, Pengembangan Masyarakat Islam Konsentrasi Kesos, Manajemen Dakwah, Jurnalistik, Ilmu komunikasi. Sangat memungkinkan penulis untuk mendapatkan tanggapan yang

lebih baik bila dibandingkan mahasiswa lain secara umum. Karena mahasiswa fakultas ini mendalami mengenai hubungan antara Dakwah dan Komunikasi melalui media massa. Sehingga penulis menetapkan judul penelitian :

**“Tanggapan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN
Alauddin Makassar terhadap Ceramah Ustad M Nur Maulana di Trans Tv”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Tanggapan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar Terhadap Ceramah Ustad M Nur Maulana di Trans Tv ?
2. Faktor-faktor apa yg mendorong Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar untuk menonton Ceramah ustad M Nur Maulan di Trans Tv ?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

a. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Tanggapan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar Terhadap Ceramah Ustad M Nur Maulana di Trans TV.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar untuk menonton Ceramah Ustad M Nur Maulana di Trans Tv.

b. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

- Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian-kajian teoritis dalam rangka pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya di bidang komunikasi khalayak.

2. Kegunaan Praktis

- Sebagai masukan bagi penyelenggara siaran televisi dalam mengembangkan siaran-siarannya di masa yang akan datang.
- Sebagai syarat akhir mencapai gelar sarjana (S1) bagi penulis.

D. Kerangka Konseptual

Dalam kehidupan sehari-hari, kita sangat sulit terlepas dari proses komunikasi begitupula dengan efek yang ditimbulkan, bahkan bagi orang yang hidup menyendiripun terjadi proses komunikasi atau biasa disebut *intrapersona communication* (komunikasi dengan diri sendiri). Adapun proses komunikasi yang menimbulkan efek ialah ketika dua orang sedang bercengkrama sedangkan ada orang ke tiga yang memperhatikan pembicaraan dua orang tadi, ketika orang ketiga ini mengatakan ada proses komunikasi antara dua orang itu (meskipun hanya dikatakan dalam hati) berarti efek komunikasi sudah melekat pada orang ketiga. Jadi betapa kita tidak akan bisa lepas begitu saja dari efek yang terjadi di sekitar kita. Ini baru efek yang terjadi dari lingkungan sekitar kita. Bagaimana dengan efek komunikasi massa.

French & Ravendalam McQuail (2011:227) mengajukan satu kerangka yang menunjukkan lima bentuk hubungan komunikasi dimana kekuatan sosial

telah digunakan oleh pengirim dan efek (pengaruhnya) diterima oleh khalayak. Pertama, bergantung pada kepuasan yang di dapat penerima dari pesan, selanjutnya bergantung pada konsekuensi negatif yang bukan merupakan paksaan (tidak umum di komunikasi massa). Tipe ketiga, dideskripsikan sebagai penghormatan terhadap kekuasaan dan merujuk pada daya tarik atau reputasi pengirim. Keempat, adanya kekuasaan sah di mana pengaruh dapat diterima dengan asumsi bahwa pengirim pesan diikuti dan dihormati.

Usaha yang hampir sama untuk menjelaskan efek media (terutama dari opini individu) diutarakan oleh Kellman dalam McQuail (2011:228). Dia menambahkan tiga proses pengaruh. Salah satunya adalah *kepatuhan*, merujuk pada penerimaan pengaruh dengan harapan mendapatkan penghargaan dan menghindari hukuman. *Identifikasi* lain terjadi ketika seorang individu ingin menjadi seperti narasumber dan meniru atau mengadopsi perilakunya. Ketiga, *internalisasi* mendeskripsikan pengaruh yang digiring oleh kebutuhan dan nilai penerima. Proses terakhir dapat juga dideskripsikan sebagai penjelasan fungsional dari pengaruh karena perubahan hanya terjadi pada motif pribadi, kebutuhan dan keinginan penerima.

Hubungan dan efek komunikasi massa yang lain. Secara sederhana dijelaskan oleh Keith R. Stamm & John E. Bowes dalam Nurudin (2007:206) membagi kedua bagian dasar. Pertama, efek primer dan efek sekunder.

- a. Efek primer, meliputi terpaan, perhatian, dan pemahaman.

- b. Efek sekunder, meliputi perubahan tingkat kognitif (perubahan pengetahuan dan sikap), dan perubahan perilaku (menerima dan memilih).

Efek primer dalam hubungannya dengan penelitian ini ialah ketika penonton secara sengaja atau tidak sengaja terkena terpaan media massa akibat dari perilaku menonton, khususnya acara “Islam Itu Indah” yang dibawakan oleh Ustad Maulana, kemudian menarik perhatian penonton dengan gaya ceramah yang unik, yang merangsang penonton untuk terus mengikuti alur ceramah. Pada akhirnya efek sekunder yang ditimbulkan ialah penonton dengan baik akan mengetahui perubahan perilakunya dengan menginterpretasi ceramah apakah bermanfaat atau tidak (menerima atau menolak).

Sehubungan dengan hal di atas, faktor yang menentukan adalah penonton yang mempunyai peran dalam proses mendengar dan melihat terhadap apa yang ditonton melalui medium tv. Melihat pertemuan khalayak dengan media massa, pesan yang disampaikan dapat bermanfaat oleh individu sesuai dengan kebutuhannya. Artinya ada seleksi kepentingan tertentu dari individu untuk diingat dan ditafsirkan sesuai keinginannya. Sebagaimana dikemukakan oleh McQuail (2011:194) bahwa :

“Di bawah kondisi kebebasan dan keragaman, khalayak memilih sumber media mereka sendiri menurut kesukaan personal dan persepsi mengenai apa yang relevan dan menarik”.

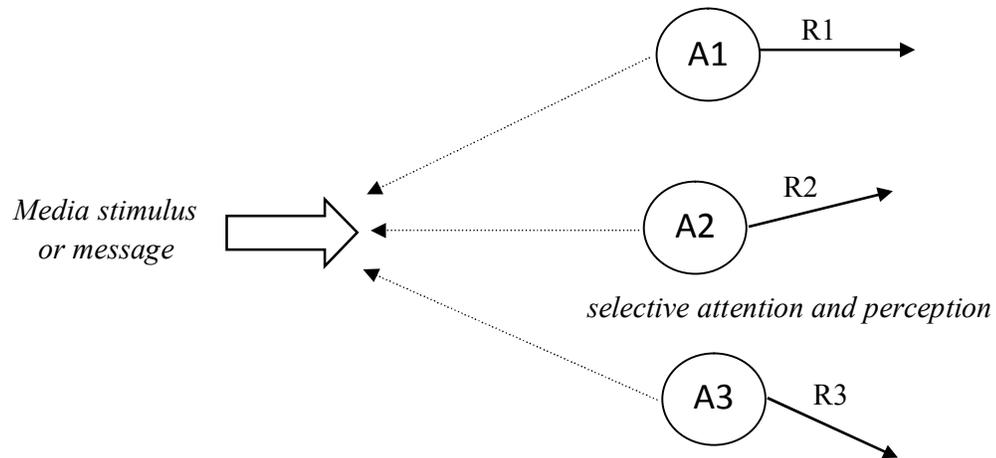
“Islam Itu Indah” yang ditayangkan oleh Trans TV merupakan tayangan yg diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada masyarakat luas. Khususnya

mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin untuk merespon ceramah yg disajikan. Respon yang timbul tergantung interpretasi penonton.

Proses tanggapan pada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin setelah menonton ceramah Ustad M Nur Maulana adalah proses dari pengolahan pesan secara psikologis yang menurut Effendy dalam Rahman (2005:9) melalui tiga tahap yaitu *persepsi*, *ideasi* dan *transmisi*. Tahap *persepsi* adalah penginderaan terhadap suatu kesan yang timbul dalam lingkungannya dan sangat dipengaruhi oleh pengalaman, kebiasaan serta kebutuhan sehingga kemampuan mempersepsi sesuatu dapat dinilai banyak orang, otomatis akan berbeda. Tahap *ideasi* adalah proses penyeleksian atas segala sesuatu akibat persepsi dari sekian banyak pengetahuan dan pengalaman yang diperoleh. Setelah relevan dengan persepsi yang ada tadi, maka pesan siap ditransmisikan secara verbal kepada lawan komunikasi. Tahap *transmisi* adalah hasil konsepsi karya penalaran yang merupakan suatu stimuli (pesan) logis, sistematis dan meyakinkan.

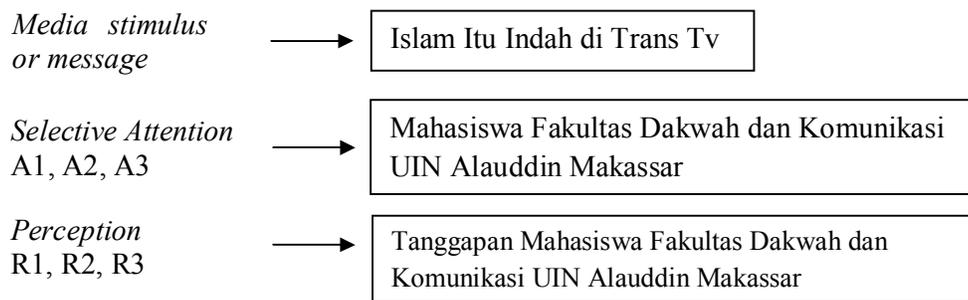
Setelah melihat tiga tahap proses penerimaan stimuli pesan dalam diri setiap pribadi penonton sinetron, maka alur penekanannya nampak seperti gambar berikut :

Gambar 1.1
Teori *Individual Differences Perspective*



Gambar model 1.1 Model teori *Individual Differences Perspective*
(Sumber Hiebert, Ungurait, dan Bohn, 1995 dalam Nurudin)

Keterangan :



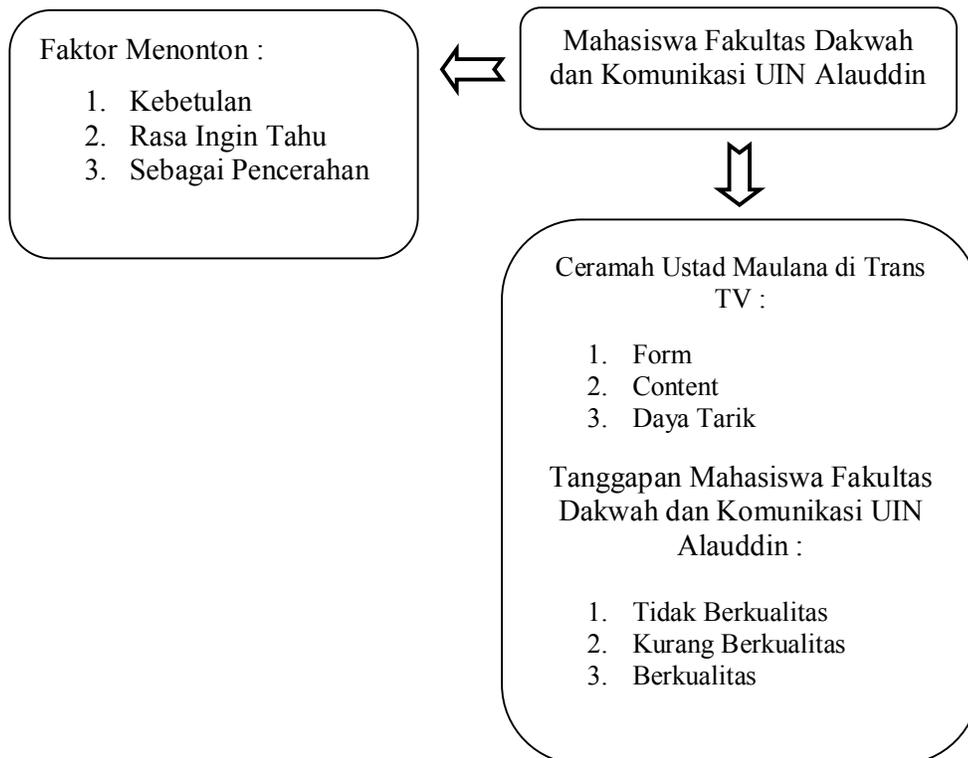
Teori *Individual Differences Perspective* yang digunakan dalam penelitian ini berasumsi bahwa stimuli yang sama belum tentu menghasilkan persepsi/respon yang sama pula, tergantung pada tingkat pengetahuan individu penerima. Teori *Individual Differences Perspective* ini di ambil dari Nurudin (2007:107).

Dalam penelitian ini, ceramah ustad maulana di Trans Tv diidentifikasi sebagai stimulus atau objek yang diteliti dan dijabarkan dalam

beberapa aspek yaitu;Form, Content, dan Daya Tarik. Penjabaran tersebut dilakukan melihat ketiganya merupakan hal yang sangat penting dalam proses penyampaian pesan pada suatu organisasi media termasuk medium televisi. Media menyajikan stimuli yang membangkitkan desakan, emosi, atau proses lain yang hampir tidak terkontrol oleh individu. Setiap individu memberikan stimuli yang berbeda pada stimuli yang datang dari media massa.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis memberikan gambaran kerangka konseptual sebagai berikut:

Gambar 1.2
Kerangka Konseptual



Dari kerangka konseptual di atas, jelaslah proses tanggapan berlangsung. Mahasiswa sebelum menonton ada faktor-faktor penentu terjadinya aktivitas menonton, yakni; Faktor Kebetulan, Rasa Ingin Tahu, dan Sebagai Pencerahan. Dari faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya aktivitas menonton tersebut. Kemudian mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi mengikuti alur tayangan/ceramah Ustad M Nur Maulana sehingga timbullah efek primer yaitu pemahaman terhadap isi ceramah, dan pada akhirnya timbullah efek sekunder yaitu mampu menanggapi isi ceramah apakah Berkualitas, Kurang Berkualitas atau bahkan Tidak Berkualitas.

E. Definisi Operasional

1. Tanggapan

Dalam penelitian ini, tanggapan adalah pernyataan subjektif mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar dalam menonton Ceramah Ustad M Nur Maulana di Trans Tv.

2. Mahasiswa

Mahasiswa adalah peserta didik yang masih terdaftar dan sedang menempuh pendidikan tingkat S1. Dalam penelitian ini adalah peserta didik Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.

3. Kebetulan

Mahasiswa secara tidak sengaja mengarahkan channelnya ke Ceramah Ustad M Nur Maulana di Trans Tv namun mengikuti alur ceramahnya.

4. Rasa Ingin Tahu

Mahasiswa secara sengaja menonton dikarenakan rasa keingintahuan terhadap Ceramah Ustad M Nur Maulana.

5. Sebagai Pencerahan

Mahasiswa dengan sengaja menonton Ceramah Ustad M Nur Maulana dikarenakan bermaksud ingin menambah pengetahuan dan meningkatkan keimanan.

6. Form

Dalam penelitian ini, form adalah bentuk komunikasi yang diterapkan oleh Ustad M Nur Maulana saat ceramah.

7. Content

Dalam penelitian ini, content yang dimaksud adalah isi pesan/dakwah Ustad M Nur Maulana saat ceramah.

8. Daya Tarik

Maksudnya ialah hal-hal yang membuat mahasiswa tertarik untuk menonton Ceramah Ustad M Nur Maulana di Trans Tv.

F. Metode Penelitian

1. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian berlangsung selama kurang lebih dua bulan, yakni pada bulan April hingga Mei tahun 2013. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.

2. Tipe penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan Kuantitatif. Dalam metode ini, periset melalui kerangka konseptual, melakukan operasionalisasi konsep yang akan menghasilkan variabel. Riset ini bertujuan menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antarvariabel. Kriyantono (2010:69)

3. Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian ini diperoleh dengan mengumpulkan data dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari observasi langsung dan pengumpulan kuesioner yang telah dijawab oleh responden. Instrumen penelitian yaitu kuesioner yang sebelumnya dibagikan kepada responden dan diisi sesuai data yang sebenarnya. Setelah pengisian data tersebut, instrumen penelitian dikumpul. Data sekunder berupa referensi dari buku, internet, dan lain-lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

4. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek atau fenomena yang akan diriset. Sedangkan sampel adalah sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati Kriyantono(2010:153).

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang terdaftar pada semester akhir tahun ajaran 2012/2013 berjumlah **1.015** orang. Dari jumlah populasi dengan taraf kesalahan 5%, maka diperoleh sampel berjumlah **265** mahasiswa sesuai dengan tabel penentuan besaran sampel menggunakan rumus Stephen Isaac & Michael Sugiono

(2008:126). Pada penentuan sampel, penelitian menggunakan metode *probability sampling*, dengan teknik penarikan sampel *berstrata proporsional*. maka diperoleh sampel per Jurusan sebagai berikut:

- | | |
|--|-------------------------------|
| 1. Komunikasi Penyiaran Islam | : $117/1015 \times 265 = 30$ |
| 2. Bimbingan Penyuluhan Islam | : $71/1015 \times 265 = 19$ |
| 3. Pengembangan Masyarakat Islam
Konsentrasi KesSos | : $143/1015 \times 265 = 37$ |
| 4. Manajemen Dakwah | : $83/1015 \times 265 = 22$ |
| 5. Jurnalistik | : $213/1015 \times 265 = 56$ |
| 6. Ilmu Komunikasi | : $388/1015 \times 265 = 101$ |

5. Teknik Analisis Data

Analisis datanya menggunakan uji statistik deskriptif. Data yang diperoleh dari kuesioner yang telah terkumpul akan dianalisis secara statistik dengan menggunakan tabel distribusi frekuensi. Sedangkan pengolahan datanya dengan menggunakan SPSS. Sebagaimana dikemukakan oleh Singarimbun dan Effendi (2006:241) Ada beberapa langkah yang perlu dikerjakan dalam mengolah data. *Pertama*, memasukkan data ke dalam komputer (SPSS). *Kedua*, membuat tabel frekuensi atau tabel silang. *Ketiga*, mengedit yaitu mengoreksi kesalahan-kesalahan yang ditemui setelah membaca tabel frekuensi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Komunikasi Massa

1. Definisi Komunikasi Massa

Banyak definisi tentang komunikasi massa yang telah dikemukakan oleh para ahli, berikut beberapa definisi komunikasi massa.

Jay Black dan Frederick C. Whitney dalam Nurudin (2007:12) mengatakan, komunikasi massa adalah sebuah proses dimana pesan-pesan yang diproduksi secara massal, tidak sedikit itu disebarkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonim, dan heterogen.

Sedangkan Marshall McLuhan tentang “global village”. Media komunikasi modern memungkinkan berjuta-juta orang seluruh dunia untuk menghubungi hampir setiap pelosok dunia. Hasrullah (2013:43)

Lebih spesifik lagi dikemukakan oleh Lasswell, yang sangat terkenal dengan teorinya tentang penelitian komunikasi massa. Ia mengatakan. “Ungkapan yang merupakan cara sederhana untuk memahami proses komunikasi massa adalah dengan menjawab pertanyaan siapa (who), berkata apa (says what), melalui saluran apa (in which channel), kepada siapa, dengan efek apa (with what effect). Lasswell dalam Djuarsa Sendjaja (2002:177)

Itulah tiga hal dari sekian banyaknya definisi tentang komunikasi massa. Namun dari banyak definisi tersebut, dapat ditarik benang merah antara kesamaan

definisi yang satu dengan yang lainnya. Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab, awal perkembangannya saja, komunikasi massa saja berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa). Media massa apa ? Media massa atau saluran yang dihasilkan oleh teknologi modern. Hal ini perlu ditekankan sebab ada media yang bukan media massa yakni media tradisional seperti kentongan, angklung, dan lain-lain. Jadi, disini jelas media massa menunjuk pada hasil produk teknologi modern sebagai saluran dalam komunikasi massa. Nurudin (2007:3)

2. Karakteristik Komunikasi Massa

Dibandingkan dengan bentuk komunikasi lainnya, maka komunikasi massa memiliki karakteristik tersendiri yang menurut Joseph A Devito dalam Effendy (1998:27) dijelaskan secara konseptual seperti berikut:

1. Komunikasi melalui media massa pada dasarnya ditujukan ke khalayak yang luas, heterogen, anonym, tersebar, serta tidak mengenal batas geografis cultural.
2. Bentuk kegiatan komunikasi melalui media massa bersifat umum, bukan perorangan ataupun pribadi. Isi pesan yang disampaikan menyangkut kepentingan orang banyak. Isi pesan media massa adalah peristiwa-peristiwa atau hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan umum.

3. Pola penyampaian pesan media massa berjalan secara cepat dan mampu menjangkau khalayak luas, bahkan mungkin tidak terbatas baik secara geografis ataupun cultural.
4. Penyampaian pesan melalui media massa cenderung berjalan satu arah. Umpan balik atau tanggapan dari pihak penerima (khalayak) lazimnya berlangsung secara tertunda.
5. Kegiatan komunikasi melalui media massa dilakukan secara terencana, terjadwal, dan terorganisasi. Komunikator pada media massa bekerja melalui aturan organisasi dan pembagian kerja yang jelas.
6. Penyampaian pesan melalui media massa dilakukan secara berkala, tidak bersifat temporer.
7. Isi pesan yang disampaikan melalui media massa dapat mencakup berbagai aspek kehidupan manusia (sosial, politik, budaya, dll).

3. Fungsi Komunikasi Massa

Fungsi Komunikasi massa dalam hal ini juga merupakan fungsi media massa, sebab didalamnya terdapat media massa yaitu komunikasi lewat media massa sehingga disebut komunikasi massa.

Secara umum fungsi komunikasi terbagi menjadi beberapa bagian yaitu; Sebagai Informasi, Hiburan, Persuasi, Pengawasan, Korelasi. Sejalan dengan perkembangan masyarakat dan teknologi komunikasi, fungsi komunikasi diatas sudah terbilang usang, dalam perspektif kritis fungsi komunikasi massa bisa ditambah yaitu Melawan Kekuasaan dan Kekuatan Represif. Nurudin (2007:65)

1. Informasi

Fakta-fakta yang dikumpulkan wartawan dapat bernilai informasi, apabila fakta yang telah dikumpulkan sudah diolah oleh media massa kemudian ditayangkan melalui televisi ataupun media cetak barulah dikatakan sebagai fungsi informasi. Dalam istilah jurnalistik, fakta-fakta harus dapat ditulis atau dikumpul berdasarkan konsep 5 W + 1 H (*what, where, who, when, why, how*). Dari konsep inilah fakta-fakta yang ditulis benar-benar mencakup peristiwa yang terjadi sehingga dapat menjadi sebuah informasi bagi khalayak.

2. Hiburan

Fungsi hiburan untuk media elektronik menduduki posisi tertinggi dibandingkan dengan fungsi yang lain. Dikarenakan masyarakat kita masih menjadikan televisi sebagai hiburan. Media televisi saat ini menjadikan jam-jam prime time pukul 19.00-21.00 sebagai waktu dengan acara hiburan berupa sinetron, kuis dll. Dibandingkan dengan media cetak, biasanya media cetak tidak menempatkan hiburan pada posisi paling atas, tetapi informasi. Karikatur atau gambar-gambar berwarna, teka-teki merupakan fungsi hiburan yang biasa disajikan media cetak.

3. Persuasi

Fungsi persuasi paling banyak dimanfaatkan oleh iklan-iklan misalnya televisi, tiap iklan yang ditayangkan pasti mempunyai fungsi persuasi tujuannya jelas yaitu mempengaruhi penonton untuk mengikuti apa yang dikehendaki pengiklan. Media cetak yang menerbitkan artikel, dan tulisan lainnya yang apabila

kita tidak jeli melihatnya sekilas hanya berupa informasi tetapi sebenarnya mempunyai fungsi persuasi yang kuat.

4. Pengawasan

Fungsi pengawasan artinya mengumpulkan dan menyebarkan informasi mengenai kejadian-kejadian yang ada disekitar kita. Misalnya peringatan terhadap gempa bumi, media massa memperingatkan masyarakat sekitar untuk waspada terhadap aktivitas gunung berapi karena kemungkinan letusan akan muncul sewaktu-waktu.

5. Korelasi

Fungsi korelasi ialah fungsi yang menghubungkan antara komponen masyarakat. Media sebagai penghubung (korelasi) antara pemerintah dan masyarakat. pemerintah berencana menaikkan harga bahan bakar minyak bersubsidi, yang menimbulkan penolakan dari sebagian masyarakat sehingga pemerintah perlu merapatkan kembali apakah bahan bakar minyak perlu dinaikkan atukah tidak. Secara tidak langsung media sudah berperan dalam melaksanakan fungsi korelasi.

6. Melawan Kekuasaan dan Kekuatan Represif

Sebagai contoh media berperan melawan kekuatan represif terjadi pada orde baru. Pada saat itu masyarakat sudah tidak percaya lagi oleh kepemimpinan Soeharto dengan masa kepemimpinan 32 tahun tanpa terkontrol secara efektif. Media massapun ikut bersama masyarakat, media massa yang semulanya

menayangkan pemberitaan yang dikatakan oleh pejabat-pejabat yang cenderung menutup-nutupi ketidakadilan tetapi justru membongkar ketidakadilan pemerintah. Hal ini merupakan bukti media massa ikut melawan kekuasaan represif.

B. Komunikasi Dakwah

1. Definisi Komunikasi Dakwah

Sebelum dijelaskan definisi komunikasi dakwah, sebaiknya dijelaskan terlebih dahulu konsep tentang komunikasi dan dakwah. Rogers bersama D Lawrence Kincaid dalam Cangara (2008:19), mengatakan komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba saling pengertian yang mendalam. Sedangkan dakwah menurut Ali Mafudz dalam Ilaihi (2010:16) bahwa dakwah mendorong (memotivasi) manusia untuk melakukan kebaikan dan mengikuti petunjuk serta memerintah mereka berbuat ma'ruf dan mencegah dari perbuatan mungkar agar mereka memperoleh kebikan di dunia dan akhirat.

Ahmad Mubarak dalam Ilaihi (2010:24) mengungkapkan bahwa kegiatan dakwah adalah kegiatan komunikasi, dimana da'i mengomunikasikan pesan dakwah kepada mad'u, baik secara perseorangan maupun kelompok.

Pada hakikatnya, perbedaan-perbedaan antara komunikasi dan dakwah nyaris tidak kelihatan, bahkan lebih terasa persamaannya. Hal itu, karena komunikasi dakwah pada dasarnya memiliki persamaan dengan bentuk kegiatan komunikasi yang lain yang sama-sama berlandaskan prinsip-prinsip yang

diajarkan oleh teori komunikasi. Perbedaan yang ada dalam komunikasi dakwah hanyalah pesan yang disampaikan, yaitu ajaran Islam dan komunikator dalam hal ini sebagai aktor komunikasi diharuskan yang memiliki spesifikasi syarat dan kriteria tersendiri.

Jadi bila disimpulkan komunikasi dakwah adalah proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang atau sekelompok orang kepada seseorang atau sekelompok orang lainnya yang bersumber dari Alquran dan Hadis dengan menggunakan lambang-lambang baik verbal maupun nonverbal dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain yang lebih baik sesuai ajaran Islam, baik langsung secara lisan, maupun tidak langsung melalui media. Ilaihi (2010:26).

2. Komponen-komponen Komunikasi Dakwah

Komponen-komponen pembentuk komunikasi yang memungkinkan terjadinya proses komunikasi adalah *komunikator, komunikan, message, channel, effect, feedback,* dan *noice* sebagai tolok ukur berhasil tidaknya komunikasi. Sedangkan komponen pembentuk komunikasi dakwah sama dengan komponen komunikasi secara umum. Komponen-komponen dakwah tersebut meliputi dai sebagai komunikator, mad'u sebagai komunikan, pesan dakwah, efek dakwah. Ilaihi (2010:76)

a. Dai Sebagai Komunikator

Seorang dai/penceramah perlu memperhatikan faktor-faktor yang mendukung keefektifan komunikasi dakwahnya, meliputi;

1. **Kesiapan**, seorang dai yang tampil di mimbar harus menunjukkan pada khalayak, bahwa ia muncul di depan forum dengan persiapan yang matang. Kesiapan tersebut akan tampak pada gaya komunikasi yang meyakinkan.
2. **Kesungguhan**, seorang dai yang sedang menyampaikan atau membahas suatu topik dengan menunjukkan kesungguhan, akan menimbulkan sebuah kepercayaan dari mad'u kepadanya. Banyak juga para dai menyisipkan humor-humor segar ke dalam dakwahnya, tetapi harus hati-hati mereka menghindarkan diri dari julukan pelawak.
3. **Ketulusan**, seorang dai harus membawakan kesan kepada mad'unya, bahwa ia berhati tulus dalam niat dan perbuatannya, dengan menghindari kata-kata yang mengarah kepada ketersinggungan terhadap mad'u.
4. **Kepercayaan**, dai harus selamanya siap menghadapi situasi. Namun, kendatipun ia harus menunjukkan kepercayaan dirinya, jangan sekali-kali bersikap takabur.
5. **Ketenangan**, seorang dai jika bersikap tenang saat berkomunikasi, dengan mudah akan dicapai ideasi yang mantap, yakni berupa pengorganisasian pikiran, perasaan, dan hasil pengindraan secara terpadu, sehingga yang terlontar adalah jawaban yang bijak dan argumentatif.
6. **Keramahan**, keramahan dai dalam berkomunikasi akan menimbulkan rasa simpati. Keramahan tidak berarti kelemahan, tetapi pengekspresian sikap etis.
7. **Kesederhanaan**, nilai kesederhanaan bukan hanya sebatas fisik, tetapi kesederhanaan juga menyangkut penggunaan bahasa sebagai alat untuk

menyampaikan dakwah. Jadi, yang harus diperhatikan adalah mengenai pakaian, perilaku, sampai pengucapan kata-kata semuanya harus sederhana.

8. **Daya Tarik**, adalah sesuatu yang nampak dan menarik perhatian orang. Menurut Cangara (2008:90) Pendengar bisa saja mengikuti pandangan seorang komunikator, karena ia memiliki daya tarik dalam hal kesamaan, dikenal baik, disukai, dan fisiknya. Dalam sebuah penelitian Mill dan Anderson dalam Cangara (2008:91) menemukan bahwa komunikator yang memiliki fisik yang menarik, lebih mudah mengugah pendapat dan sikap seseorang. Karena itu seorang juru peenrangan, petugas hubungan masyarakat, pramuniaga disyaratkan memiliki bentuk fisik yang menarik selain keterampilan berkomunikasi. Ilaihi (2010:78)

b. Mad'u Sebagai Komunik

Seperti halnya pengertian komunik secara umum berlaku pula pada Mad'u atau pendengar. jika dilihat secara sosiologis kelompok mad'u terpecah atau terkumpul pada bentuk-bentuk kelompok manusia yang disebut; Crowd, Publik, dan Massa. Ilaihi (2010:87)

1. **Crowd**, kelompok orang yang berkumpul pada suatu tempat atau ruangan tertentu yang terlibat dalam suatu persoalan atau kepentingan bersama secara tatap muka, seperti pengajian.
2. **Publik**, kelompok abstrak dari orang-orang yang menaruh perhatian pada suatu persoalan atau kepentingan yang sama karena mereka terlibat dalam suatu pertukaran pemikiran melalui komunikasi tidak langsung untuk mencari penyelesaian atas persoalan tertentu.

3. **Massa**, adalah orang banyak yang heterogen, tidak terikat oleh suatu tempat dan interaksinya sangat kurang,

c. Pesan Dakwah (content)

Pesan secara umum adalah kumpulan beberapa informasi yang berlaku secara umum, sedangkan yang menjadi pesan dakwah disini adalah ajaran Islam itu sendiri. Menurut AlinYafie dalam Ilaihi (2010:102) menyebutkan bahwa pesan materi dakwah itu terbagi menjadi lima pokok meliputi:

1. **Masalah Kehidupan**. Dakwah memperkenalkan dua jenis kehidupan yaitu kehidupan duniawi dan kehidupan akhirat yang memiliki sifat abadi.
2. **Masalah Manusia**. Yakni berkaitan tentang hak hidup, hak memiliki, hak berketurunan, hak menganut sebuah keyakinan iman. Memelihara hubungan yang baik, baik hubungan antar sesama manusia maupun hubungan antara manusia dengan Allah.
3. **Masalah Harta Benda**. Pesan dakwah dalam bentuk ini, lebih pada penggunaan harta benda untuk kehidupan manusia dan kemaslahatan ummah.
4. **Masalah Ilmu Pengetahuan**. Dakwah islam sangat mengutamakan pentingnya pengembangan ilmu pengetahuan. Pesan berupa ilmu pengetahuan disampaikan melalui tiga jalur ilmu yaitu: 1) Mengenai tulisan dan membaca. 2) Penalaran, dalam penelitian dan rahasia-rahasia alam. 3) Penggambaran di bumi seperti study tour atau ekspedisi ilmiah.
5. **Masalah Akidah**. Akidah dalam pesan utama dakwah, memiliki ciri-ciri yang membedakan dengan kepercayaan lain, yaitu: 1) Yakni keterbukaan

melalui kesaksian (syahadat). Dengan demikian seorang muslim selalu jelas identitasnya dan bersedia mengakui identitas keagamaan orang lain.

2) Cakrawala yang luas dengan memperkenalkan bahwa Allah swt adalah Tuhan lalam, bukan Tuhan kelompok atau bangsa tertentu. 3) Kejelasan dan kesederhanaan, seluruh ajaran akidah, baik soal ketuhanan, kerasulan, ataupun alam gaib sangat mudah untuk dipahami. 4) Ketuhanan antara iman dan Islam atau antara iman dan amal perbuatan.

d. Efek Dakwah

Efek atau pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan dakwah. Efek dakwah terdiri dari tiga jenis yang dimana samahalnya dengan efek komunikasi secara umum, yakni: efek primer dan efek sekunder atau efek kognitif, afektif, dan behavioral.

Efek kognitif terjadi jika ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan dipersepsikan oleh khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan. Berkaitan dengan proses dakwah, Ali Aziz dalam Ilmu Dakwah menerangkan bahwa efek terjadi setelah menerima pesan dakwah, mad'u akan menyerap pesan dakwah tersebut melalui proses pikir, dan efek kognitif tersebut bisa terjadi apabila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan dimengerti.

Efek afektif, timbul jika ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak, yang meliputi segala yang berkaitan dengan emosi, sikap, serta nilai. Terkait dengan dakwah, Ali Aziz dalam Ilaihi (2010:118)

menjelaskan bahwa efek afektif merupakan pengaruh dakwah berupa perubahan sikap komunikasi setelah menerima pesan.

Efek behavioral, merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan tindakan perilaku. Dalam dakwah, efek behavioral berkenaan dengan pola tingkah laku mad'u dalam merealisasikan pesan dakwah yang telah diterima dalam kehidupannya.

C. Medium Televisi

1. Fungsi Media Televisi

Sebagaimana media komunikasi massa, televisi memiliki tiga fungsi utama yaitu fungsi informasi, pendidikan dan hiburan

1. Fungsi Informasi

Medium televisi dianggap sebagai media yang mampu menyajikan informasi yang amat memuaskan disebabkan ada dua faktor yang terdapat pada medium ini, yaitu *immediacy* yang berarti langsung dan dekat. Peristiwa yang disiarkan oleh stasiun televisi dapat dilihat oleh para pemirsa saat peristiwa itu sedang berlangsung. Pemirsa seakan-akan berada ditempat peristiwa itu dan jaraknya terasa amat dekat. Kedua, *realism* yang berarti kenyataan. Televisi menyiarkan suatu peristiwa sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga pemirsa dapat melihat dan mendengar sendiri. Dalam melaksanakan fungsinya sebagai sarana informasi, televisi seakan menyiarkan informasi dalam bentuk pandangan mata atau berita yang dibacakan penyiar dilengkapi gambar-gambar yang faktual, televisi juga menyiarkan diskusi panel, ceramah, komentar, dll.

2. Fungsi Pendidikan

Televisi merupakan sarana ampuh untuk menyiarkan acara pendidikan kepada khalayak yang jumlahnya banyak secara simultan. Acara-acara pendidikan yang dimaksud berupa pendidikan formal, dan dapat pula non formal, seperti pendidikan untuk keluarga. Begitupula penyajian dalam bentuk sinetron, film dan lainnya yang mempunyai unsur pendidikan.

3. Fungsi Hiburan

Dalam bidang hiburan pengaruh televisi cukup tinggi terhadap khalayak maupun media massalainnya. Tidak dapat disangkal pada medium ini fungsi hiburan sangatlah menonjol apalagi di negara yang sedang berkembang seperti Indonesia, ini dapat dilihat dari acara-acara hiburan yang ditayangkan seperti film, sinetron, musik hingga kuis.

Menurut Lusia (2006:81) motto para pembuat program-program yang populer di televisi (produser) sangatlah sederhana. Mereka seperti mengatakan kepada pemirsanya (audience), *“we give you what you want, we give you what you need”* (kami memberikan apa yang anda inginkan, kami memberikan apa yang anda butuhkan). Hal ini masuk akal karena para produser sadar betul bahwa mereka harus memperhatikan selera pasar. Jika tidak, program mereka tidak akan laku atau akan ditinggalkan oleh pemirsa. Dengan demikian, program tv didesain lewat pendekatan yang juga masuk akal, yaitu menghibur, memberi informasi, dan mendidik.

Kebudayaan populer seperti ini bersifat komersial, diperjualbelikan, untuk memenuhi kebutuhan selera pasar akan hiburan. Televisi sangat erat kaitannya dengan kebudayaan populer. contoh hasil-hasil kebudayaan populer antara lain; film televisi, sinetron, reality show, konser musik, talk show, dan masih banyak lagi. Setiap penayangan dari kebudayaan populer ini pasti diselengi oleh iklan dan pesan sponsor, yang keseluruhannya merupakan industri kebudayaan populer.

2. Motivasi Khalayak Terhadap Menonton

Alasan khalayak menoleh pada media massa adalah berdasar pada motivasi khalayak itu sendiri. Menurut Achmad (1992:33) meskipun motivasi berbeda-beda pada setiap orang, nampaknya terdapat inti motivasi yang utama dari faktor-faktor motivasional yang relevan, yaitu:

1. Rasa Kesepian

Pada dasarnya manusia merasa kesepian. Mereka tidak ingin menemukan dirinya dalam kekosongan atau terpisah dari orang lain, karena keadaan ini memberikan mereka perasaan kerenggangan sosial, frustrasi, kegelisahan, dan kecemasan. Hal terbaik berikutnya untuk berada dengan orang-orang lain adalah berada dengan medium komunikasi massa. Sesungguhnya, lebih memuaskan bagi banyak orang kalau berada dengan suatu medium massa daripada dengan orang-orang lain. Mereka tidak merasakan adanya tekanan sosial atau tekanan konversasional pada diri mereka.

2. Rasa Ingin Tahu

Pada dasarnya manusia juga merasa ingin tahu. Mereka tertarik pada apa yang sedang terjadi pada mereka, apa yang orang-orang lain kerjakan, katakan, dan pikirkan. Diluar lingkungan yang amat dekat dengan mereka, tidak ada cara sebenarnya untuk memenuhi perasaan ingin tahu selain menoleh kepada media massa.

Perasaan keingintahuan seseorang nampaknya secara praktis tidak pernah terpuaskan, media massa dapat bergantung pada khalayak untuk terus menerus menyajikan mereka bahan-bahan yang sangat banyak tentang kejadian-kejadian terpeencil, gerak-gerik alam, orang-orang dan kelompok-kelompok eksentrik, dan segala macam gosip dan desas-desus.

3. Peningkatan Diri

Sifat manusia pada dasarnya suka mementingkan dirinya sendiri atau egoistis. Mereka menginginkan informasi yang akan menolong mereka mencapai cita-cita kesuksesan dan kebahagiaan pribadinya. Mereka butuh bantuan dalam pengejaran idealistisnya dan atau realistisnya. Mereka butuh informasi yang akan memberi mereka kegunaan dengan segera maupun dalam jangka panjang. Singkatnya, manusia membutuhkan tuntutan-tuntutan praktisnya, kefilisfatannya dan keagamaannya dilayani oleh media massa.

D. Tanggapan

1. Pengertian Tanggapan

Ada yang beranggapan bahwa tanggapan balik sebenarnya merupakan salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Tanggapan balik sangat penting karena bisa dikatakan semua komunikasi yang menginginkan keharmonisan memerlukan tanggapan balik. Tamburaka (2012:10)

Rahmat (2004:19) mengatakan bahwa tanggapan adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

Tanggapan adalah hasil yang ingin dicapai dari sebuah proses komunikasi. Dalam proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan, umpan balik akan terjadi dalam bentuk tanggapan sebagai akibat dari stimulus. Hal ini akan mempermudah proses pemahaman jika tanggapan yang muncul memiliki kesamaan kerangka berpikir yaitu kesamaan pengalaman dan pengetahuan antara komunikator dan komunikan.

Namun, sebuah tanggapan tak akan muncul, jika alat indera manusia tidak diberi rangsangan terlebih dahulu. Seringkali manusia diberikan rangsangan yang sama namun tanggapannya berbeda-beda. Hal ini dikarenakan tak ada satu pun manusia di dunia yang sama persis dengan manusia lain, baik itu dari segi kemampuan alat indera, ataupun dari pengalaman sosial yang didapat dari lingkungan.

2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tanggapan

Dalam menghadapi stimulus, Kenneth E. Anderson dalam Muliana (2000:28) menjelaskan bahwa terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang dalam memberikan tanggapan, diantaranya adalah perhatian. Sebuah tanggapan tidak akan terjadi begitu saja bila tidak adanya perhatian. Sedangkan perhatian adalah proses mental ketika stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah.

Dalam memberikan persepsi, terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi perhatian, diantaranya: Gerakan, Intensitas, Kontras, Kebaruan, dan Perulangan. Kenneth E. Anderson dalam Muliana (2000:28)

a. Gerakan

Manusia secara visual tertarik pada objek-objek yang bergerak. Manusia lebih senang melihat objek yang bergerak daripada yang diam.

b. Intensitas

Suatu rangsangan yang intensitasnya menonjol juga akan menarik perhatian. Manusia akan memperhatikan stimuli yang lebih menonjol daripada stimuli yang lain.

c. Kontras

Hal-hal yang menarik lebih dari biasanya akan menarik perhatian.

d. Kebaruan (*Novelty*)

Hal-hal yang baru, yang menarik, yang luar biasa, yang berbeda, akan menarik perhatian.

e. Perulangan

Hal-hal yang disajikan berkali-kali, bila disertai dengan sedikit variasi, akan menarik perhatian. Di sini, unsur “*familiarity*” (yang sudah dikenal) berpadu dengan unsur “*novelty*” (yang baru dikenal). Perulangan juga mengandung unsur sugesti(mempengaruhi bawah sadar).

3. Proses Terjadinya Tanggapan

Tanggapan sering diistilahkan sebagai bayangan seseorang terhadap suatu hal. Bayangan tersebut merupakan proses pengamatan sistem indera dalam bentuk kesadaran terhadap situasi dan kondisi. Dalam proses pengamatan itulah terjadi gambaran di dalam jiwa individu. Hasil pengamatan itu mengalami endapan dan proses selanjutnya, ia tidak akan hilang begitu saja tetapi tersimpan dalam jiwa individu dan membayangkan kembali atau mengungkapkan gambaran-gambaran yang terjadi disaat melakukan pengamatan yang berupa presentase, maka didalam menanggapi atau membayangkan adalah representase.

Pada umumnya gambaran yang terjadi pada pengamatan lebih jelas jika dibandingkan dengan gambaran pada tanggapan.

Adapun perbedaan antara pengamatan dan tanggapan yang diungkapkan menurut Achmad dalam Rahmadhani (2010:43) adalah:

- a. Pengamatan dibutuhkan adanya sasaran atau objek yang akan menimbulkan gambaran pengamatan. Dengan demikian seperti gambaran yang akan terjadi lebih jelas, lebih terang dari tanggapan.
- b. Tanggapan tidak dibutuhkan adanya objek atau sasaran sehingga mau tidak mau gambarannya akan kurang jelas.

- c. Oleh karena itu pengamatan terikat pada objek maka pengamatan terikat pula pada waktu dan tempat. Kita mengamati sesuatu pada tempat tertentu dan pada waktu tertentu pula sebab keduanya yang mengikat objek yang diamatinya. Tetapi lain halnya dengan tanggapan yang dapat terlepas dari soal waktu dan tempat. Ini berarti manusia dapat menanggapi dan membayangkan sesuatu setiap saat dan setiap waktu tanpa terlibat waktu dan tempat, karena tidak terikat oleh objek secara konkrit. Tanpa adanya objek kita dapat menanggapi atau membayangkan apa yang kita inginkan.
- d. Pernyataan merupakan fungsi yang bersifat sensorik sedangkan tanggapan bersifat imajinatif.
- e. Pengamatan langsung secara stimuli itu bekerja dan tertuju kepadanya sedangkan tanggapan selama tertuju pada bayangan itu seperti yang dikemukakan di atas bahwa tanggapan itu terbentuk di saat proses membayangkan menjadi pusat perhatian. Adapun definisi perhatian (*Attention*) yang dikemukakan Anderson yaitu perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah.

E. Teori *Individual Differences Perspective*

Secara umum, tiap manusia mempunyai indera berupa mata, telinga dan lain sebagainya. Dari indera yang dimiliki manusia mampu melihat atau merasakan tiap kejadian disekitar. Dari kejadian yang diterima oleh indera maka secara sadar kita akan merespon apa yang kita rasakan. Dari kejadian inilah

timbullah berbagai macam teori tentang *respons*, salah satunya teori *individual difference perspective* yaitu respon terhadap apa yang diamati.

1. Teori *Individual Differences Perspective*

Teori *Individual Differences Perspective* yang digunakan dalam penelitian ini berasumsi bahwa stimuli yang sama belum tentu menghasilkan persepsi/respon yang sama pula, tergantung pada tingkat pengetahuan individu penerima.

Jadi unsur dalam model ini adalah:

- a. *Media Stimulus* (pesan)
- b. *Selective Attention* (komunikan)
- c. *Perception* (respon)

Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti (Uchjana Effendy, 2000:254).

BAB III

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah UIN Alauddin

Sejarah perkembangan Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, yang dulu Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Alauddin Makassar melalui beberapa fase yaitu:

1. Fase tahun 1962 s.d 1965

Pada mulanya IAIN Alauddin Makassar yang kini menjadin UIN Alauddin Makassar berstatus Fakultas Cabang dari IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, atas desakan Rakyat dan Pemerintah Daerah Sulawesi Selatan serta atas persetujuan Rektor IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Menteri Agama Republik Indonesia mengeluarkan Keputusan Nomor 75 tanggal 17 Oktober 1962 tentang penegerian Fakultas Syari'ah UMI menjadi Fakultas Syari'ah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Cabang Makassar pada tanggal 10 Nopember 1962. Kemudian menyusul penegerian Fakultas Tarbiyah UMI menjadi Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Cabang Makassar pada tanggal 11 Nopember 1964 dengan Keputusan Menteri Agama Nomor 91 tanggal 7 Nopember 1964. Kemudian Menyusul pendirian Fakultas Ushuluddin IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta cabang Makassar tanggal 28 Oktober 1965 dengan Keputusan Menteri Agama Nomor 77 tanggal 28 Oktober 1965.

2. Fase tahun 1965 s.d 2005

Dengan mempertimbangkan dukungan dan hasrat yang besar dari rakyat dan Pemerintah Daerah Sulawesi Selatan terhadap pendidikan dan pengajaran agama Islam tingkat Universitas, serta landasan hukum Peraturan Presiden Nomor 27 tahun 1963 yang antara lain menyatakan bahwa dengan sekurang-kurangnya tiga jenis fakultas IAIN dapat digabung menjadi satu institut tersendiri sedang tiga fakultas dimaksud telah ada di Makassar, yakni Fakultas Syari'ah, Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Ushuluddin, maka mulai tanggal 10 Nopember 1965 berstatus mandiri dengan nama Institut Agama Islam Negeri Al-Jami'ah al-Islamiyah al-Hukumiyah di Makassar dengan Keputusan Menteri Agama Nomor 79 tanggal 28 Oktober 1965.

Penamaan IAIN di Makassar dengan “Alauddin” diambil dari nama raja Kerajaan Gowa yang pertama memeluk Islam dan memiliki latar belakang sejarah pengembangan Islam di masa silam, di samping mengandung harapan peningkatan kejayaan Islam di masa mendatang di Sulawesi Selatan pada khususnya dan Indonesia bahagian Timur pada umumnya. Sultan Alauddin adalah raja Gowa XIV tahun 1593-1639, (kakek/datok) dari Sultan Hasanuddin Raja Gowa XVI, dengan nama lengkap I Mangnga'rangi Daeng Manrabbia Sultan Alauddin, yang setelah wafatnya digelari juga dengan Tumenanga ri Gaukanna (yang mangkat dalam kebesaran kekuasaannya), demikian menurut satu versi, dan menurut versi lainnya gelar setelah wafatnya itu adalah Tumenanga ri Agamana (yang wafat dalam agamanya). Gelar Sultan Alauddin diberikan kepada Raja Gowa XIV ini, karena dialah Raja Gowa yang pertama kali menerima agama

Islam sebagai agama kerajaan. Ide pemberian nama “ Alauddin ” kepada IAIN yang berpusat di Makassar tersebut, mula pertama dicetuskan oleh para pendiri IAIN “Alauddin”, di antaranya adalah Andi Pangeran Daeng Rani, (cucu/turunan) Sultan Alauddin, yang juga mantan Gubernur Sulawesi Selatan, dan Ahmad Makkarausu Amansyah Daeng Ilau, ahli sejarah Makassar.

Pada Fase ini, IAIN (kini UIN) Alauddin yang semula hanya memiliki tiga (3) buah Fakultas, berkembang menjadi lima (5) buah Fakultas ditandai dengan berdirinya Fakultas Adab berdasarkan Keputusan Menteri Agama RI No. 148 Tahun 1967 Tanggal 23 Nopember 1967, disusul Fakultas Dakwah dengan Keputusan Menteri Agama RI No.253 Tahun 1971 dimana Fakultas ini berkedudukan di Bulukumba (153 km arah selatan kota Makassar), yang selanjutnya dengan Keputusan Presiden RI No.9 Tahun 1987 Fakultas Dakwah dialihkan ke Makassar, kemudian disusul pendirian Program Pascasarjana (PPs) dengan Keputusan Dirjen Binbaga Islam Dep. Agama No. 31/E/1990 tanggal 7 Juni 1990 berstatus kelas jauh dari PPs IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta yang kemudian dengan Keputusan Menteri Agama RI No. 403 Tahun 1993 PPs IAIN Alauddin Makassar menjadi PPs yang mandiri.

3. Fase Tahun 2005 s.d sekarang

Untuk merespon tuntutan perkembangan ilmu pengetahuan dan perubahan mendasar atas lahirnya Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional No.2 tahun 1989 di mana jenjang pendidikan pada Departemen Pendidikan Nasional R.I dan Departemen Agama R.I, telah disamakan kedudukannya

khususnya jenjang pendidikan menengah, serta untuk menampung lulusan jenjang pendidikan menengah di bawah naungan Departemen Pendidikan Nasional R.I dan Departemen Agama R.I, diperlukan perubahan status Kelembagaan dari Institut menjadi Universitas, maka atas prakarsa pimpinan IAIN Alauddin periode 2002-2006 dan atas dukungan civitas Akademika dan Senat IAIN Alauddin serta Gubernur Sulawesi Selatan, maka diusulkanlah konversi IAIN Alauddin Makassar menjadi UIN Alauddin Makassar kepada Presiden R.I melalui Menteri Agama R.I dan Menteri Pendidikan Nasional R.I. Mulai 10 Oktober 2005 Status Kelembagaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Alauddin Makassar berubah menjadi (UIN) Universitas Islam Negeri Alauddin Alauddin Makassar berdasarkan Peraturan Presiden (Perpres) Republik Indonesia No 57 tahun 2005 tanggal 10 Oktober 2005 yang ditandai dengan peresmian penandatanganan prasasti oleh Presiden RI Bapak DR H Susilo Bambang Yudhoyono pada tanggal 4 Desember 2005 di Makassar.

Dalam perubahan status kelembagaan dari Institut ke Universitas , UIN Alauddin Makasar mengalami perkembangan dari lima (5) buah Fakultas menjadi 7 (tujuh) buah Fakultas dan 1 (satu) buah Program Pascasarjana (PPs) berdasarkan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 5 tahun 2006 tanggal 16 Maret 2006, yaitu:

1. Fakultas Syari'ah dan Hukum
2. Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
3. Fakultas Ushuluddin dan Filsafat
4. Fakultas Adab dan Humaniora

5. Fakultas Dakwah dan Komunikasi
 6. Fakultas Sains dan Teknologi
 7. Fakultas Ilmu Kesehatan.
- Program Pascasarjana(PPs)

B. Visi Misi dan Tujuan

Visi

Pusat Pencerahan dan Transportasi Ipteks Berbasis Peradaban Islam.

Misi

Sedangkan misinya adalah untuk:

1. Menciptakan atmosfir akademik yang representative bagi peningkatan mutu Perguruan Tinggi dan kualitas kehidupan bermasyarakat.
2. Menyelenggarakan kegiatan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat yang merefleksikan kemampuan integrasi antara nilai ajaran Islam dengan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni (Ipteks).
3. Mewujudkan universitas yang mandiri, berkarakter, bertatakelola baik, dan berdaya saing menuju universal riset dengan mengembangkan nilai spiritual dan traadisi keilmuan.

Tujuan

1. Menghasilkan produk intelektual yang bermanfaat dan terbangunnya potensi insane yang kuat dengan pertimbangan kearifan local.
2. Terwujudnya kampus sebagai pusat pendidikan penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat yang berbasis integrasi keilmuan.

3. Terciptanya sistem manajemen, kepemimpinan, dan kelembagaan yang sehat serta terwujudnya tata ruang, lingkungan, dan iklim kampus yang islami.
4. Terwujudnya jejaring kerjasama dengan lembaga local, nasional, dan internasional.

Motto

3P : Pencerdasan, Pencerahan, Prestasi (*Intelligence, Enlightenment, Achievement*)

Pola Ilmiah Pokok

Pola ilmiah pokok Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar adalah kajian Qur'an Hadits, perdamaian dan peradaban

Filosofi Pendidikan

1. Manusia sebagai makhluk Tuhan Yang Maha Esa telah dilengkapi dengan berbagai potensi dan kemampuan. Potensi dan kemampuan itu pada hakekatnya adalah karunia Allah kepada manusia yang semestinya dimanfaatkan dan dikembangkan, serta tidak boleh disia-siakan. Pendidikan dan pengajaran pada umumnya berfungsi untuk mengembangkan potensi dan kemampuan sesuai dengan sifat, karakteristik, tingkat dan jenisnya yang berbeda-beda agar menjadi aktual dan kehidupan sehingga berguna bagi orang yang bersangkutan, masyarakat dan bangsanya serta menjadi bekal untuk mendekatkan diri kepada Tuhan. Dengan demikian usaha untuk menjelehkan

mengarah potensi dan kemampuan tersebut merupakan konsekuensi dari amanah Tuhan Yang Maha Esa.

2. Dalam pembangunan nasional, manusia memiliki peranan yang strategis yakni sebagai subjek pembangunan. Untuk dapat memainkan perannya sebagai subjek pembangunan, manusia Indonesia perlu dikembangkan menjadi manusia yang utuh paripurna melalui upaya pendidikan yang berkelanjutan yang dilaksanakan secara terus menerus sampai kepada jenjang pendidikan tinggi sehingga dengan demikian manusia Indonesia mampu memerkarkan potensinya seoptimal mungkin untuk menjadi sumber daya pembangunan yang berkualitas andal dan profesional.
3. Pendidikan nasional di selenggarakan secara demokratis dan berkeadilan serta tidak diskriminatif dengan menjunjung tinggi hak asasi manusia, nilai keagamaan, nilai kultural, dan kemajemukan bangsa. Pemerintah berusaha memberikan kesempatan yang sama (equal Opportunity) dan seluas-luasnya kepada semua warga negara untuk mendapatkan dan menikmati pendidikan dalam kerangka mewujudkan salah satu tujuan nasional yang tercantum dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945 yakni mencerdaskan kehidupan bangsa. Pendidikan Nasional yang berkesinambungan pada akhirnya akan dibatasi oleh kondisi obyektif peserta didik itu sendiri, kesiapan dan kemauannya untuk berkembang dan mencapai keunggulan pendidikan. Oleh karena itu, diperlukan upaya tidak hanya memberikan kesempatan yang sama, tetapi juga memberikan perlakuan yang sesuai dengan kondisi obyektif peserta

didik sehingga tujuan pendidikan terwujud yakni berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggungjawab.

C. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi dan Tata Kerja UIN Alauddin Makassar diatur dalam Peraturan Menteri Agama Nomor 5 tahun 2006 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Alauddin Makassar. Bab II Pasal 4 Peraturan Menteri Agama tersebut menyebutkan bahwa UIN Alauddin Makassar terdiri atas :

- Dewan Penyantun
- Rektor dan Pembantu Raktor
- Senat Universitas
- Fakultas:
 1. Syariah dan Hukum
 2. Tarbiyah dan Keguruan
 3. Ushuluddin dan Filsafat
 4. Adab dan Huminora
 5. Dakwah dan Komunikasi
 6. Sains dan Teknologi
 7. Ilmu Kesehatan
- Program Pascasarjana
- Lembaga Penelitian
- Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat

- Biro Adminstrasi Akademik dan Kemahasiswaan
- Biro Administrasi Umum
- Unit Pelaksana Teknis
- Perpustakaan
- Pusat Bahasa
- Pusat Informasi dan Komputer

D. Lambang

Lambang



Arti Lambang

1. Bentuk lambang adalah garis lengkung membentuk lima sudut, melambangkan sila dari Pancasila;
2. Dua bulu angsa yang pangkalnya berbentuk pena, melambangkan keilmuan;
3. Konfigurasi kubah mesjid yang dibentuk oleh lengkungan bulu angsa dan pita melambangkan keislaman;
4. Kitab Al-Qur'an yang terbuka, melambangkan dasar keilmuan Islam;
5. Garis 17 (tujuh belas) pada pita, garis 8 (delapan) pada kitab Al-Quran

dan garis 45 (empat puluh lima) pada kedua belah bulu angsa , melambangkan hari kemerdekaan Indonesia;

6. Tiga simpul pada pangkal bulu angsa, melambangkan kesatuan iman, Islam dan ihsan;
7. Warna dasar Hijau daun melambangkan kedamaian dan warna kuning tua pada garis lengkung melambangkan kemuliaan dan kebesaran jiwa;
8. Gambar perahu Pinisi dengan dua tiang dan tujuh layarnya berkembang di antara Al-Quran dan tiga simpul pada pangkal bulu angsa merupakan ciri khas daerah tempat Uin Alauddin berada;
9. Tulisan UIN Alauddin Makassar berwarna hitam terletak ditengah - tengah pita.

E. Profil Fakultas Dakwah Dan Komunikasi

Visi

"Menjadi pusat kajian dakwah yang berorientasi pada keunggulan akhlak dan akademik menuju kepeloporan peradaban Islam di Indonesia Timur."

Misi

1. Sebagai pusat kajian dan pelatihan dakwah yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa komunikasi dan penyiaran Islam, bimbingan penyuluhan Islam, pengembangan masyarakat Islam, manajemen dakwah dan jurnalistik.
2. Praktisi di bidang penyuluhan agama, kewartawanan, kehumasan dan pelayanan wisata religius

Jurusan dan Program Studi

1. **Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI);** dengan kualifikasi ahli di bidang tablig dan komunikasi Islam, baik melalui gambar, media cetak maupun audio visual dengan tekanan pada kemampuan **public speaking**, jurnalistik Islam dan **Human Relation**.
2. **Jurusan Bimbingan Penyuluhan Islam (BPI);** dengan kualifikasi ahli di bidang psikoterapi Islam.
3. **Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI);** dengan kualifikasi ahli di bidang penataan dan pengembangan masyarakat Islam.
Konsentrasi Kesejahteraan Sosial (KesSos); dengan kualifikasi ahli di bidang pelayanan dan kesejahteraan sosial.
4. **Jurusan Manajemen Dakwah (MD);** dengan kualifikasi ahli di bidang dakwah dengan penekanan pada manajemen penelitian dan pelatihan dakwah serta pengelolaan sumber daya dakwah.
5. **Jurusan Jurnalistik;** dengan kualifikasi ahli di bidang kewartawanan dan jurnalistik Islam
6. **Jurusan Ilmu Komunikasi;** dengan kualifikasi ahli di bidang komunikasi umum dengan penekanan **public speaking**, dan human relation

Prospek Lapangan Kerja

Prospek lapangan kerja bagi alumni Fakultas Dakwah & Komunikasi semakin cerah dan sangat menjanjikan dengan diangkatnya 5000 tenaga Penyuluh Kementerian Agama secara bertahap. Di samping itu dengan terbentuknya kementerian Komunikasi & Informasi akan memberi akses kerja, khususnya yang

terkait dengan kewartawanan dan kehumasan melalui media massa, terutama surat kabar.

Peluang lainnya mampu bekerja di BKKBN, KemenSos, KemeNaker, Kemendagri, Bidang Politik, Polri, TNI, Dosen/Guru, Wiraswasta, Muballigh dan lainnya.

Fasilitas

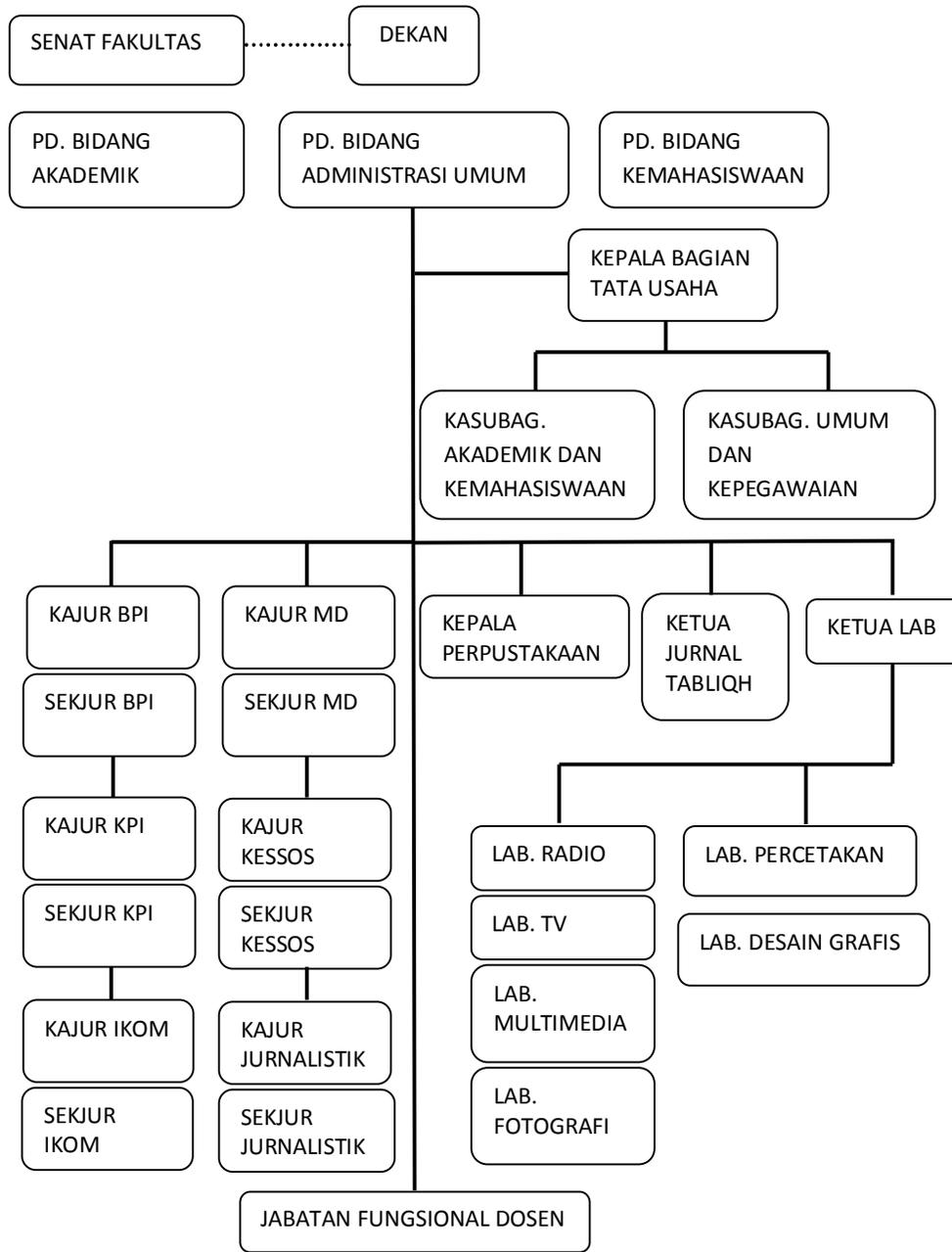
Fakultas Dakwah dan Komunikasi Menyediakan berbagai fasilitas dalam menunjang keberhasilan Studi, diantaranya :

- Gedung Kuliah yang memadai
- Perpustakaan
- Laboratorium:
 1. Studio Radio
 2. Studio TV
 3. Studio Fotografer
 4. Studio Grafis
 5. Percetakan
 6. Lab. Multimedia
- Beasiswa : Kementerian Agama, Supersemar, Gudang Garam, Mizan, BI, ICMI, dan Maruki.
- Desa Binaan; yang diarahkan pada program pembinaan masyarakat dengan melibatkan Dosen, Mahasiwa dan SILA dari Kanada.

F. Struktur Organisasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar

Gambar 1.3

STRUKTUR ORGANISASI FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN ALAUDDIN MAKASSAR



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Sebagaimana telah dikemukakan diawal dan sesuai dengan judulnya, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana “Tanggapan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar Terhadap Ceramah Ustad M. Nur Maulana di Trans Tv”. Penulis memilih mahasiswa UIN Alauddin sebagai objek pengukuran tanggapan berdasarkan pengkategorian seperti yang dibahas pada bab 1.

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar dan jumlah responden yang menjadi sampel didapat dengan menggunakan tabel penentuan jumlah sampel Isaac and Michael yang berjumlah 265 responden. Untuk lebih jelasnya, maka hasil penelitian ini dapat kita lihat pada tabel di bawah ini.

1. Identitas Responden

1.1 Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	135	50.9
Perempuan	130	49.1
Total	265	100.0

Sumber : SPSS diolah dari kuesioner, 2013

Tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa responden *laki-laki* berada pada persentase tertinggi yaitu sebanyak 135 responden (50,9%), kemudian responden *perempuan* sebanyak 130 responden (49,1%).

1.2 Umur

Tabel 4.2
Distribusi Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Persentase
Kurang dari 19 Tahun	71	26.8
19 - 21 Tahun	170	64.2
22 - 23 Tahun	24	9.1
Total	265	100.0

Sumber : SPSS diolah dari kuesioner, 2013

Tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa responden yang berumur 19-21 tahun berada pada persentase tertinggi yaitu sebanyak 170 responden (64,2%), kemudian responden yang berumur kurang dari 19 tahun sebanyak 71 responden (26,8%), serta responden yang berumur 22-23 tahun sebanyak 24 responden (9,1%).

1.3 Jurusan

Tabel 4.3
Distribusi Responden Berdasarkan Jurusan

Jurusan	Frekuensi	Persentase
Komunikasi Penyiaran Islam	30	11.3
Bimbingan Penyuluhan Islam	19	7.2
Pengembangan Masyarakat Islam Konsentrasi Kessos	37	14.0
Manajemen Dakwah	22	8.3
Jurnalistik	56	21.1
Ilmu Komunikasi	101	38.1
Total	265	100.0

Sumber : SPSS diolah dari kuesioner, 2013

Tabel 4.3 Diatas menunjukkan bahwa persentase responden terbesar adalah mahasiswa jurusan *ilmu komunikasi* dengan jumlah 101 responden (38,1%), dan kemudian responden yang berasal dari jurusan *jurnalistik* dengan jumlah 56 responden (21,1%). Responden dari jurusan *pengembangan masyarakat islam konsentrasi kessos* berjumlah 37 responden (14,0%) lalu responden dari jurusan *komunikasi penyiaran islam* berjumlah 30 responden (11,3%). Disusul responden dari jurusan *manajemen dakwah* sebanyak 22 responden (8,3%) dan responden dari *bimbingan penyuluhan islam* sebanyak 19 responden (7,2%).

1.4 Angkatan

Tabel 4.4
Distribusi Responden Berdasarkan Angkatan

Angkatan	Frekuensi	Persentase
2009	17	6.4
2010	51	19.2
2011	71	26.8
2012	126	47.5
Total	265	100.0

Sumber : SPSS diolah dari kuesioner, 2013

Tabel 4.4 Diatas menunjukkan bahwa persentase terbesar adalah responden angkatan 2012 dengan jumlah 126 responden (47,5%). Disusul responden angkatan 2011 dengan jumlah 71 responden (26,8%). Responden angkatan 2010 berjumlah 51 responden (19,2%) dan responden angkatan 2009 berjumlah 17 responden (6,4%).

1.5 Tinggal Bersama

Tabel 4.5
Distribusi Responden Berdasarkan Tinggal Bersama

Tinggal Bersama	Frekuensi	Persentase
Orang Tua	50	18.9
Keluarga (saudara,om,tante)	52	19.6
Kost/Sewa Rumah	163	61.5
Total	265	100.0

Sumber : SPSS diolah dari kuesioner, 2013

Tabel 4.5 Diatas menunjukkan bahwa responden yang tinggal bersama/bertempat tinggal di *kost/sewa rumah* mempunyai persentase terbesar dengan jumlah 163 responden (61,5%). Disusul responden yang tinggal bersama

keluarga berjumlah 52 responden (19,6%). Kemudian responden yang tinggal bersama *orang tua* berjumlah 50 responden (18,9%).

1.6 Jenis Media yang dimiliki

Tabel 4.6
Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Media yang Dimiliki

Jenis Media Yang dimiliki	Frekuensi	Persentase
Televisi	51	19.2
Internet	20	7.5
Suratkabar	1	.4
televisi+internet	40	15.1
televisi+radio	58	21.9
televisi+internet+radio	50	18.9
televisi+internet+suratkabar	8	3.0
televisi+internet+suratkabar+radio	37	14.0
Total	265	100.0

Sumber : SPSS diolah dari kuesioner, 2013

Tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa persentase terbesar jenis media yang dimiliki adalah *televisi+radio* dengan jumlah 58 responden (21,9%). Disusul *televisi* dengan jumlah 51 responden (19,2%). *Televisi+internet+radio* dengan jumlah 50 responden (18,9%). *Televisi+internet* dengan jumlah 40 responden (15,1%). *Televisi+internet+suratkabar+radio* dengan jumlah 37 responden (14,0%). Internet dengan jumlah 20 responden (7,5%). *Televisi+internet+suratkabar* dengan jumlah 8 responden (3,0%). Dan terakhir *suratkabar* dengan jumlah 1 responden (4%).

1.7 Awal Mengetahui Informasi tentang ceramah ustad Maulana

Tabel 4.7
Distribusi Responden Berdasarkan
Awal Mengetahui Informasi Tentang Ceramah Ustad Maulana

Awal Mengetahui Informasi Tentang Ceramah Ustad Maulana	Frequency	Percent
Media	213	80.4
Teman	45	17.0
Disekolah	3	1.1
Video	4	1.5
Total	265	100.0

Sumber : SPSS diolah dari kuesioner, 2013

Tabel 4.7 Diatas menunjukkan bahwa responden yang mengetahui informasi pertama kali tentang ceramah ustad maulana dari *media* mempunyai persentase terbesar dengan jumlah 213 responden (80,4%). Disusul responden dari *teman* berjumlah 45 responden (17,0%). Responden dari *Video* berjumlah 4 responden (1,5%). Kemudian responden dari *sekolah* berjumlah 3 responden (1,1%).

1.8 Faktor Menonton

Tabel 4.8
Distribusi Responden Berdasarkan Faktor Menonton

Faktor Menonton	Frekuensi	Persentase
Kebetulan	56	21.1
Rasa Ingin Tahu	103	38.9
Sebagai Pencerahan	106	40.0
Total	265	100.0

Sumber : SPSS diolah dari kuesioner, 2013

Tabel 4.8 Diatas menunjukkan bahwa faktor responden menonton ceramah Ustad Maulana ialah *sebagai pencerahan* mempunyai persentase terbesar dengan jumlah 106 responden (40,0%). Disusul responden *rasa ingin tahu* berjumlah 103 responden (38,9%). Kemudian responden *kebetulan* berjumlah 56 responden (21,1%).

2. Tanggapan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar Terhadap Ceramah Ustad Maulana di Trans Tv

* Form

2.1 Penggunaan Bahasa Verbal

Tabel 4.9
Distribusi Responden Berdasarkan Penggunaan Bahasa Verbal

Penggunaan Bahasa Verbal	Frekuensi	Persentase
Tidak dimengerti	3	1.1
Kurang dimengerti	37	14.0
Dimengerti	225	84.9
Total	265	100.0

Sumber : SPSS diolah dari kuesioner, 2013

Tabel 4.9 Diatas menunjukkan bahwa responden yang mengatakan penggunaan bahasa verbal Ustad Maulana *dimengerti* mempunyai persentase terbesar dengan jumlah 225 responden (84,9%). Disusul responden *kurang dimengerti* berjumlah 37 responden (14,0%). Kemudian responden *tidak dimengerti* berjumlah 3 responden (1,1%).

2.2 Penggunaan Bahasa Nonverbal

Tabel 5.1
Distribusi Responden Berdasarkan Penggunaan Bahasa Nonverbal

Penggunaan Bahasa Nonverbal	Frekuensi	Persentase
Tidak dimengerti	10	3.8
Kurang dimengerti	74	27.9
Dimengerti	181	68.3
Total	265	100.0

Sumber : SPSS diolah dari kuesioner, 2013

Tabel 5.1 Diatas menunjukkan bahwa responden yang mengatakan penggunaan bahasa nonverbal Ustad Maulana *dimengerti* mempunyai persentase terbesar dengan jumlah 181 responden (63,3%). Disusul responden *kurang dimengerti* berjumlah 74 responden (27,9%). Kemudian responden *tidak dimengerti* berjumlah 10 responden (3,8%).

2.3 Kesesuaian Gerakan dan Intonasi “Jamaah Oh Jamaah Alhamdu...lillah”

Tabel 5.2
Distribusi Responden Berdasarkan
Kesesuaian Gerakan dan Intonasi “Jamaah Oh Jamaah Alhamdu...lillah”

Kesesuaian Gerakan dan Intonasi “Jamaah Oh Jamaah Alhamdu...lillah”	Frekuensi	Persentase
Tidak Sesuai	7	2.6
Kurang Sesuai	87	32.8
Sesuai	171	64.5
Total	265	100.0

Sumber : SPSS diolah dari kuesioner, 2013

Tabel 5.2 Diatas menunjukkan bahwa responden yang mengatakan kesesuaian gerakan dan intonasi jamaah oh jamaah Ustad Maulana adalah *sesuai* mempunyai persentase terbesar dengan jumlah 171 responden (64,5%). Disusul responden *kurang sesuai* berjumlah 87 responden (32,8%).Kemudian responden *tidak sesuai*berjumlah 7 responden (2,6%).

*** Content**

2.4Isi Ceramah

Tabel 5.3
Distribusi Responden Berdasarkan Isi Ceramah

Isi Ceramah	Frekuensi	Persentase
Tidakdimengerti	3	1.1
Kurangdimengerti	58	21.9
Dimengerti	204	77.0
Total	265	100.0

Sumber : SPSS diolah dari kuesioner, 2013

Tabel 5.3 Diatas menunjukkan bahwa responden yang mengatakan isi ceramah yang disampaikan ustad maulana adalah *dimengerti* mempunyai persentase terbesar dengan jumlah 204 responden (77,0%). Disusul responden *kurang dimengerti* berjumlah 58 responden (21,9%).Kemudian responden *tidak dimengerti*berjumlah 3 responden (1,1%).

2.5 Kesesuaian Ceramah dengan Al-Qur'an dan Hadist

Tabel 5.4
Distribusi Responden Berdasarkan
Kesesuaian Ceramah Dengan Alquran dan Hadist

Kesesuaian Ceramah Dengan Alquran dan Hadist	Frekuensi	Persentase
Tidak Sesuai	16	6.0
Kurang Sesuai	98	37.0
Sesuai	151	57.0
Total	265	100.0

Sumber : SPSS diolah dari kuesioner, 2013

Tabel 5.4 Diatas menunjukkan bahwa responden yang mengatakan ceramah ustad maulana dengan Al-Qur'an dan Hadist adalah sesuai mempunyai persentase terbesar dengan jumlah 151 responden (57,0%). Disusul kurang sesuai berjumlah 98 responden (37,0%). Kemudian responden *tidak sesuai* berjumlah 16 responden (6,0%).

* Daya Tarik

2.6 Ketertarikan Menonton Ceramah Ustad Maulana

Tabel 5.5
Distribusi Responden Berdasarkan
Ketertarikan Menonton Ceramah Ustad Maulana

Ketertarikan Menonton Ceramah Ustad Maulana	Frekuensi	Persentase
Tidak Tertarik	19	7.2
Kurang Tertarik	91	34.3
Tertarik	155	58.5
Total	265	100.0

Sumber : SPSS diolah dari kuesioner, 2013

Tabel 5.5 Diatas menunjukkan bahwa responden yang mengatakan *Tertarik* menonton ceramah Ustad Maulana mempunyai persentase terbesar dengan jumlah 155 responden (58,5%). Disusul *Kurang Tertarik* berjumlah 91 responden (34,3%). Kemudian responden *Tidak Tertarik* berjumlah 19 responden (7,2%).

*** Tambahan**

2.7 Alasan Tertarik Menonton Ceramah Ustad Maulana

Tabel 5.6
Distribusi Responden Berdasarkan
Alasan Tertarik Menonton Ceramah Ustad Maulana

Alasan Tertarik Menonton Ceramah Ustad Maulana	Frekuensi	Persentase
Ceramah yang disampaikan (pesan dakwah)	35	13.2
Gaya ceramah yang unik & slogan (jamaahoh jamaahalhamdulillah)	74	27.9
Ceramah yang disampaikan dengan gaya ceramah yang unik	37	14.0
Lucu	8	3.0
Satu Kampung	1	0.4
Total	155	58.5

Sumber : SPSS diolah dari kuesioner, 2013

Tabel 5.6 Diatas menunjukkan bahwa responden yang mengatakan alasan tertarik menonton ceramah Ustad Maulana adalah *Gaya ceramah yang unik & slogan (jamaahoh jamaahalhamdulillah)* mempunyai persentase terbesar dengan jumlah 74 responden (27,9%). Disusul *ceramah yang disampaikan dengan gaya ceramah yang unik* berjumlah 37 responden (14,0%). *Ceramah yang disampaikan (pesan dakwah)* berjumlah 35 responden (13,2%). Kemudian

lucuber berjumlah 8 responden (3,0%). Terakhir *satu kampung* berjumlah 1 responden (0,4%).

2.8 Alasan Kurang Tertarik Menonton Ceramah Ustad Maulana

Tabel 5.7
Distribusi Responden Berdasarkan
Alasan Kurang Tertarik Menonton Ceramah Ustad Maulana

Alasan Kurang Tertarik Menonton Ceramah Ustad Maulana	Frekuensi	Persentase
Slogan(jamaahohjamaahalhamdulillah)	15	5.7
Kekanak-kanakan (childish)	25	9.4
Melambai/lebay	18	6.8
Kurang Berwibawa	33	12.5
Total	91	34.3

Sumber : SPSS diolah dari kuesioner, 2013

Tabel 5.7 Diatas menunjukkan bahwa responden yang mengatakan alasan kurang tertarik menonton ceramah Ustad Maulana adalah *kurang berwibawa* mempunyai persentase terbesar dengan jumlah 33 responden (12,5%). Disusul *kekanak-kanakan (childish)* berjumlah 25 responden (9,4%). *Melambai/lebay* berjumlah 18 responden (6,8%). *Slogan(jamaahohjamaahalhamdulillah)* berjumlah 15 responden (5,7%)

2.9 Alasan Tidak Tertarik Menonton Ceramah Ustad Maulana

Tabel 5.8
Distribusi Responden Berdasarkan
Alasan Tidak Tertarik Menonton Ceramah Ustad Maulana

Alasan Tidak Tertarik Menonton Ceramah Ustad Maulana	Frekuensi	Persentase
Terlalu banyak humor	10	3.8
Gaya terlalu lebay	4	1.5
Tayang dipagihari	3	1.1
Karena ada musik dan nyanyiannya	2	0.8
Total	19	7.2

Sumber : SPSS diolah dari kuesioner, 2013

Tabel 5.8 Diatas menunjukkan bahwa responden yang mengatakan alasan tidak tertarik menonton ceramah Ustad Maulana adalah *terlalu banyak humor* mempunyai persentase terbesar dengan jumlah 10 responden (3,8%). Disusul *gaya terlalu lebay* berjumlah 4 responden (1,5%). *Tayang dipagi hari* berjumlah 3 responden (1,1%) *Karena ada musik dan nyanyiannya* berjumlah 2 responden (0,8%).

3.1 Tujuan Menonton Ceramah Ustad Maulana

Tabel 5.9
Distribusi Responden Berdasarkan
Tujuan Menonton Ceramah Ustad Maulana

Tujuan Menonton Ceramah Ustad Maulana	Frekuensi	Persentase
Menambahpengetahuan	160	60.4
Mengisiwaktuluang	68	25.7
Menambahpengetahuandanmengisiwaktuluang	35	13.2
Melihatdinamikapenyampaian dakwah	2	.8
Total	265	100.0

Sumber : SPSS diolah dari kuesioner, 2013

Tabel 5.9 Diatas menunjukkan bahwa responden yang mengatakan tujuan menonton ceramah Ustad Maulana adalah *menambah pengetahuan* mempunyai persentase terbesar dengan jumlah 160 responden (60,4%). Disusul *mengisi waktu luang* berjumlah 68 responden (25,7%). *Menambah pengetahuan dan mengisi waktu luang* berjumlah 35 responden (13,2%). *Melihat dinamika penyampaian dakwah* berjumlah 2 responden (8%).

3.2 Apakah Mendapatkan Pembelajaran Islam Setelah Menonton

Tabel 6.1

Distribusi Responden Berdasarkan
Apakah Mendapatkan Pembelajaran Islam Setelah Menonton

Apakah Mendapatkan Pembelajaran Islam Setelah Menonton	Frekuensi	Persentase
Tidak Mendapatkan pembelajaran islam	8	3.0
Kurang Mendapatkan Pembelajaran Islam	106	40.0
Mendapatkan Pembelajaran Islam	151	57.0
Total	265	100.0

Sumber : SPSS diolah dari kuesioner, 2013

Tabel 6.1 Diatas menunjukkan bahwa responden yang mengatakan *mendapatkan pembelajaran islam* setelah menonton, mempunyai persentase terbesar dengan jumlah 151 responden (57,0%). Disusul *kurang mendapatkan pembelajaran islam* berjumlah 106 responden (40,0%). Dan *tidak mendapatkan pembelajaran islam* berjumlah 8 responden (3,0%).

3.3 Apakah Pembelajaran yang didapat Mengubah Perilaku

Tabel 6.2
Distribusi Responden Berdasarkan
Apakah Pembelajaranyang didapat Mengubah Perilaku

Apakah Pembelajaran yang didapat Mengubah Perilaku	Frekuensi	Persentase
Ya	146	55.1
Tidak	119	44.9
Total	265	100.0

Sumber : SPSS diolah dari kuesioner, 2013

Tabel 6.2 Diatas menunjukkan bahwa responden yang mengatakan *ya* dapat mengubah perilaku mereka mempunyai persentase terbesar dengan jumlah

146 responden (55,1%). Dan *tidak* mengubah perilaku mereka berjumlah 119 responden (44,9%).

3.4 Perubahan Perilaku Setelah Menonton

Tabel 6.3
Distribusi Responden Berdasarkan
Perubahan Perilaku Setelah Menonton

Perubahan Perilaku Setelah Menonton	Frekuensi	Persentase
Lebih Taat Beribadah	69	26.0
Lebih Rajin Mengkaji Islam Secara Mendalam	58	21.9
Lebih Menghargai diantara Sesama Manusia	7	2.6
Lebih Menjaga Kebersihan Lingkungan	3	1.1
Lebih Banyak Berbuat Baik	9	3.4
Total	146	55.1

Sumber : SPSS diolah dari kuesioner, 2013

Tabel 6.3 Diatas menunjukkan bahwa responden yang mengalami perubahan perilaku *lebih taat beribadah* mempunyai persentase terbesar dengan jumlah 69 responden (26,0%). Disusul *lebih rajin mengkaji islam secara mendalam* berjumlah 58 responden (21,9%). Kemudian *lebih banyak berbuat baik* berjumlah 9 responden (3,4%). *Lebih menghargai diantara sesama manusia* berjumlah 7 responden (2,6%). *Lebih menjaga kebersihan lingkungan* berjumlah 3 responden (1,1%).

3.5 Saran Terhadap Ceramah Ustad Maulana di Trans Tv

Tabel 6.4
Distribusi Responden Berdasarkan
Saran Terhadap Ceramah Ustad Maulana di Trans Tv

Saran Terhadap Ceramah Ustad Maulana di Trans Tv	Frekuensi	Persentase
Jangan Terlalu Lebay	42	15.8
Gerakan Khususnya Dikurangi Lebih Fokus Terhadap Pesan Dakwah	64	24.2
Dakwah dan Ciri Khususnya Dipertahankan	40	15.1
Penggunaan Bahasa dan Wibawanya Ditingkatkan	15	5.7
Durasi Ceramahnya Ditambah	8	3.0
Total	169	63.8

Sumber : SPSS diolah dari kuesioner, 2013

Tabel 6.4 diatas menunjukkan bahwa berdasarkan saran terhadap ceramah Ustad Maulana di trans tv, sebagian besar responden berjumlah 64 (24,2%) mengatakan *gerakan khususnya dikurangi lebih fokus terhadap pesan dakwah*. 42 responden (15,8%) mengatakan *jangan terlalu lebay*. 40 responden (15,1%) mengatakan *dakwah dan ciri khususnya dipertahankan*, 15 responden (5,7%) mengatakan *penggunaan bahasa dan wibawanya ditingkatkan*. 8 responden (3,0%) mengatakan *durasi ceramahnya ditambah*.

B. Pembahasan

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui “Tanggapan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar Terhadap Ceramah Ustad Maulana di Trans Tv”.

Dalam penelitian ini, tanggapan dibutuhkan untuk mengetahui seberapa *berkualitas, kurang berkualitas atau bahkan tidak berkualitas* ceramah Ustad Maulana di Trans Tv. Dalam hal ini, penilaian ceramah Ustad Maulana ditinjau dari sudut pandang mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.

Berikut pembahasan mengenai “Tanggapan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Terhadap Ceramah Ustad Maulana di Trans Tv”.

A. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin (dapat dilihat pada tabel 4.1) dari 265 responden, 135 diantaranya adalah responden berjenis kelamin laki-laki.
2. Umur (dapat dilihat pada tabel 4.2) sebanyak 170 responden dari 265 responden adalah responden yang berumur 19-21 tahun.
3. Jurusan (dapat dilihat pada tabel 4.3) sebanyak 101 responden berasal dari jurusan ilmu komunikasi. Dibagi secara proporsional berdasarkan jumlah mahasiswa tiap jurusan. Jadi, semakin banyak jumlah mahasiswa tiap jurusan maka semakin banyak pula responden dari jurusan tersebut.
4. Angkatan (dapat dilihat pada tabel 4.4) sebanyak 126 responden angkatan 2012. Sisanya angkatan 2011, 2010, 2009 mempunyai responden yang relatif kecil, ini dikarenakan responden angkatan 2012 berjumlah terbanyak dibandingkan angkatan di atasnya. Selain itu, sedikitnya jumlah responden 2009 dikarenakan sebagian besar telah menyelesaikan studi S1-nya.

5. Tinggal Bersama (dapat dilihat pada tabel 4.5) sebanyak 163 responden tinggal di kost/rumah sewa, sisanya tinggal bersama keluarga atau orang tua.
6. Jenis media yang dimiliki (dapat dilihat pada tabel 4.6) sebagian besar responden memiliki tv+radio berjumlah 58 responden. Disamping itu responden yang memiliki banyak jenis media seperti tv+internet+suratkabar+radio berjumlah 37 responden. Adapula responden yang hanya mempunyai satu jenis media yakni surat kabar berjumlah 1 responden. Responden yang hanya memiliki media surat kabar, mengetahui dan mendapatkan informasi tentang ceramah Ustad Maulana dari berbagai sumber, misalnya menonton di rumah keluarga, teman dll.
7. Awal mengetahui informasi tentang ceramah Ustad Maulana (dapat dilihat pada tabel 4.7) kebanyakan responden yaitu 213 responden menyatakan awal mengetahui informasi tentang ceramah Ustad Maulana dari media seperti media elektronik. Media tv sendiri mempunyai peran penting dalam memberikan informasi kepada khalayak karena sifat media tv ialah mempengaruhi.

*** Faktor Menonton**

1. Faktor Menonton (dapat dilihat pada tabel 4.8). Responden sebelum menonton tentunya ada faktor penentu terjadinya aktifitas menonton. Dalam hal ini, untuk menjawab pertanyaan dari rumusan masalah; Faktor-faktor apa yang menyebabkan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UINAlauddin menonton ceramah Ustad Maulana di Trans Tv ? Ada tiga faktor terjadinya aktifitas menonton terhadap ceramah Ustad Maulana; *faktor kebetulan, rasa ingin tahu dan sebagai pencerahan.*

- Sebagian besar yang berjumlah 106 responden menyatakan faktor yang menyebabkan terjadinya aktifitas menonton ceramah Ustad Maulana adalah *sebagai pencerahan*, responden tipe ini rutin menonton ceramah ustad Maulana dan menjadikannya sebagai pedoman dalam memahami Islam, ini menunjukkan bahwa ceramah Ustad Maulana *berkualitas*.
- Sedangkan sebagian lagi yang berjumlah 103 responden menyatakan faktor yang menyebabkan terjadinya aktifitas menonton ceramah Ustad Maulana adalah *Rasa Ingin Tahu*, responden tipe ini belum rutin menonton, namun mereka menunjukkan rasa “keingintahuan” dalam memahami Islam melalui ceramah Ustad Maulana di Trans Tv.
- Dan terakhir sebagian kecil yang berjumlah 56 responden menyatakan faktor yang menyebabkan menonton ceramah ustad Maulana adalah *kebetulan*, responden tipe ini tanpa sengaja menonton namun antusias mengikuti ceramah Ustad Maulana sehingga mampu memberikan tanggapan.

B. Tanggapan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Terhadap Ceramah Ustad Maulana di Trans Tv

*** Form**

1. Penggunaan Bahasa Verbal (dapat dilihat pada tabel 4.9) sebagian besar yakni 225 responden persentase (84,9%) menyatakan penggunaan bahasa verbal Ustad Maulana dapat *dimengerti*. Ini menunjukkan bahwa ceramah Ustad Maulana dikatakan *berkualitas* dalam hal penggunaan bahasa verbal pada saat membawakan ceramah di Trans Tv.
2. Penggunaan Bahasa Non Verbal (dapat dilihat pada tabel 5.1) sebagian besar yakni 181 responden persentase (63,3%) menyatakan penggunaan bahasa non verbal Ustad Maulana dapat *dimengerti*. Ini menunjukkan bahwa ceramah Ustad Maulana dikatakan *berkualitas*. Bahasa non verbal yang dimaksud adalah seperti pergerakan dan penampilan.
3. Kesesuaian Gerakan dan Intonasi Jamaah Oh Jamaah Alhamdu...lillah (dapat dilihat pada tabel 5.2) sebagian besar yakni 171 responden persentase (64,5%) menyatakan gerakan dan intonasi jamaah oh jamaah sudah *sesuai*. Ini menunjukkan bahwa ceramah Ustad Maulana dikatakan *berkualitas*. Gerakan dan intonasi yang dimaksud adalah seperti isyarat intonasi suara, ruang (spasi, wilayah dan jarak), pergerakan. Penceramah yang memiliki suara lantang dengan intonasi yang jelas akan mendapat perhatian lebih dari pendengar atau penonton.

*** Content**

1. Isi Ceramah (dapat dilihat pada tabel 5.3) sebagian besar yakni 204 responden persentase (77,0%) mengatakan isi ceramah Ustad Maulana mudah

dimengerti. Ini menunjukkan bahwa ceramah Ustad Maulana dikatakan *berkualitas*. Isi ceramah disini berupa pesan-pesan dakwah yang disampaikan.

2. Kesesuaian ceramah dengan Al-Qur'an dan Hadist (dapat dilihat pada tabel 5.4) sebagian besar yakni 151 responden persentase (57,0%) menyatakan bahwa ceramah yang disampaikan *sesuai* dengan Al-Qur'an dan Hadist. Ini dapat dikatakan ceramah Ustad Maulana *berkualitas*.

*** Daya Tarik**

1. Ketertarikan menonton ceramah Ustad Maulana (dapat dilihat pada tabel 5.5) sebagian besar yakni 155 responden persentase (58,5%) mengatakan *tertarik* dalam menonton ceramah Ustad Maulana. Ketertarikan responden dapat berupa pesan dakwah itu sendiri, penampilan, bahasa dan gaya yang unik Ustad Maulana. Ini bisa dikatakan ceramah Ustad Maulana *berkualitas*.

*** Tambahan**

1. Alasan tertarik menonton ceramah Ustad Maulana (dapat dilihat pada tabel 5.6) 74 responden mengatakan hal yang membuat tertarik dalam menonton ceramah Ustad Maulana adalah *gaya ceramah yang unik dan slogan jamaah oh jamaah Alhamdu...lillah*.

2. Alasan kurang tertarik menonton ceramah Ustad Maulana (dapat dilihat pada tabel 5.7) 33 responden mengatakan hal yang membuat kurang tertarik dalam menonton ceramah Ustad Maulana adalah karena *kurang berwibawa*.

3. Alasan tidak tertarik menonton ceramah Ustad Maulana (dapat dilihat pada tabel 5.8) 10 responden mengatakan hal yang membuat tidak tertarik dalam menonton ceramah Ustad Maulana adalah karena *terlalu banyak humor*.
4. Tujuan dalam menonton ceramah Ustad Maulana (dapat dilihat pada tabel 5.9) 160 responden mengatakan tujuan dalam menonton ceramah Ustad Maulana adalah *sebagai penambah pengetahuan*.
5. Apakah Mendapatkan Pembelajaran Islam Setelah Menonton (dapat dilihat pada tabel 6.1) 151 responden mengatakan *mendapatkan pembelajaran islam* setelah menonton ceramah Ustad Maulana.
6. Apakah Pembelajaran yang Didapat Mengubah Perilaku (dapat dilihat pada tabel 6.2) 146 responden mengatakan *ya* mengubah perilaku mereka setelah menonton.
7. Perubahan Perilaku Setelah Menonton (dapat dilihat pada tabel 6.3) sebagian besar responden yakni 69 responden mengatakan *lebih taat beribadah*.
8. Saran terhadap ceramah Ustad Maulana (dapat dilihat pada tabel 6.4) sebagian besar responden yakni 64 responden mengatakan *gerakan khususnya dikurangi lebih fokus terhadap ceramah*

Secara garis besar data hasil penelitian yang mencakup penilaian dari seluruh responden mengenai ceramah ustad maulana, dilihat dan dihimpun dari variabel penelitian yaitu *form, content, dan daya tarik*, mendapat tanggapan yang positif.

Tanggapan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin secara keseluruhan *form, content, dan daya tarik* dapat dilihat pada tabel 6.4 berikut :

Tabel 6.4
Distribusi Responden Berdasarkan
Tanggapan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin

Tanggapan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin	Frekuensi	Persentase
Berkualitas	221	83.4
Kurang Berkualitas	41	15.5
Tidak Berkualitas	3	1.1
Total	265	100.0

Sumber : SPSS diolah dari kuesioner, 2013

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar tanggapan mahasiswa fakultas dakwah dan komunikasi UIN Alauddin terhadap ceramah Ustad Maulana di Trans Tv mengatakan *Berkualitas* dengan berjumlah 221 responden persentase(83,4%), kemudian *Kurang Berkualitas* berjumlah 41 responden persentase(15,5%)Dan *Tidak Berkualitas* berjumlah 3 responden persentase 1,1%.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian, kesimpulan ini dimaksudkan untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah, sebagai berikut:

1. Bagaimana Tanggapan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Terhadap Ceramah Ustad Maulana di Trans Tv

Secara garis besar mendapatkan respon positif, berbanding terbalik dari latar belakang masalah yang bila dilihat dari sudut pandang sebagian orang yang mengkritik ceramah Ustad Maulana bahwa bahasa, metode, gaya ceramahnya terkesan tidak sesuai dengan ajaran Islam dengan membumbui ceramahnya dengan lelucon dan berbagai banyol-banyol, namun dari sudut pandang mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin berdasarkan variabel *form, content, dan daya tarik* menunjukkan bahwa tidak begitu mempersoalkan apa yang telah dipermasalahkan oleh sebagian orang, yang terpenting nilai-nilai dakwahnya tetap menjadi inti dari ceramahnya, sekalipun ada lelucon itu hanya sekedar hiburan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan Ceramah Ustad Maulana di Trans Tv *berkualitas*.

2. Faktor-faktor apa yang menyebabkan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin menonton ceramah Ustad Maulana di Trans Tv.

Ada tiga faktor terjadinya aktifitas menonton terhadap ceramah Ustad Maulana; *faktor kebetulan, rasa ingin tahu dan sebagai pencerahan*. Mayoritas yang berjumlah 106 responden menyatakan faktor yang menyebabkan terjadinya aktifitas menonton ceramah Ustad Maulana adalah *sebagai pencerahan*, hal ini menunjukkan bahwa ceramah Ustad Maulana *berkualitas*.

B. SARAN

Dari penelitian ini, penulis mengemukakan saran, yaitu:

Sebenarnya permasalahan yang muncul terhadap ceramah Ustad Maulana di Trans Tv disebabkan metode yang digunakannya dipandang oleh sebagian orang sebagai suatu kecerobohan atau bahkan kesalahan dalam berdakwah dengan memadukan dakwah dengan lelucon, metode ini sebenarnya telah lama dipakai oleh sebagian penceramah, seperti ceramah di hari Jumatan. Hanya saja mungkin baru pertama kali di layar televisi kita menampilkan ceramah seperti ini, sehingga kritikan bisa langsung diterima kepada pelaku media termasuk sosok penceramah yang mengisi acara dan seakan-akan metode ceramah Ustad Maulana tidak sesuai atau bahkan sesat dalam berdakwah. Kemudian dari sini, kritikanpun berlanjut mengarah kepada pesan dakwah itu sendiri, padahal pesan dakwah yang disampaikan Ustad Maulana, berdasarkan pengamatan penulis selalu berlandaskan Al-Qur'an dan Hadist.

Berdasarkan latar belakangnya sebagai guru agama di sekolah-sekolah yang sudah terbiasa berhadapan dengan anak-anak sehingga lingkunganlah yang membentuk karakternya seperti kekanak-kanakan atau *childish*. Namun, perlunya juga dikurangi nilai-nilai humoris dalam ceramah karena dapat mengurangi atau merusak nilai pesan dakwah yang disampaikan. Berdasarkan hasil penelitian, walaupun sebagian besar responden menyukai metode dakwah Ustad Maulana yakni berdakwah dengan memadukan nilai-nilai humoris. Namun, adapula yang menyayangkan metode dakwah beliau

dianggap berlebihan dari segi humoris sehingga kesan pelawak bisa dilekatkan kepada beliau daripada kesan sebagai penceramah.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, A.S. 1992. *Komunikasi Media Massa dan Khalayak*. Ujung Pandang: Hasanuddin University Press
- Cangara, Hafied. 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Effendy, Onong U. 1998. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Hasrullah. 2013. *Beragam Perspektif Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Ilaihi, Wahyu. 2010. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Jamhari, Endang. 2011. *Ust. M. Nur Maulana (bag.1) : Gaya Ceramahnya Dibanjiri Kritik Juga Pujian*. (<http://www.tabloidbintang.com/berita/sosok/13174-ust-m-nur-maulana-bag1-gaya-ceramahnya-dibanjiri-kritik-juga-pujian.html>, diakses 24 Februari 2013 Pukul 10.10 WITA).
- Kriyantono. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Rlations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Lusia, Amelita. 2006. *Oprah Winfrey & rahasia sukses menaklukkan panggung talk show*. Jakarta: Gagas Media
- McQuail, Dennis. *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Edisi Enam. Terjemahan Oleh Putri Iva Izzati. 2011. Jakarta: Salemba Humanika.
- Muliana. 2000. *Persepsi Siswa SMU Negeri 5 Makassar Terhadap VCD Sebagai Media Hiburan*
- Nandang, Taufik. 2011. *Teruntuk Ustadz Muhammad Nur Maulana (Jamaah oh jamaah...) dan Trans Tv*. (<http://taufiknandangf.blogspot.com/2011/09/teruntuk-ustadz-muhammad-nur-maulana.html>, diakses 24 Februari 2013 Pukul 07.35 WITA).
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Rahman. 2005. *Tanggapan warga asrama mahasiswa universitas hasanuddin terhadap sinetron religius*.

- Rahmadhani, Triana. 2010. *Tanggapan Mahasiswa STMIK dipanegara Terhadap Acara Opera Van Java (Studi Efek Komunikasi)*
- Rahmat, Jalaluddin. 2004. *Psikologi Komunikasi*. Bandung; PT. Remaja Rosdakarya
- Sendjaja, Djuarsa. 2002. *Teori Komunikasi*. Makassar: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka
- Singarimbun Masri dan Sofian Effendy. 2006. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: LP3ES
- Sugiono. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tamburaka, Apriadi. 2012. *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindoPersada
- Tresnawati. 2011. *Ustad Nur Maulana Memang Iye*. (<http://suamerdeka.com/v1/index.php/read/cetak/2011/08/01/154601/>, diakses 25 Februari 2013 Pukul 14.50 WITA).
- Wajdi, Farid. 2012. *Ustad-ustad Itu Membuat Saya Malu Sebagai Muslim*. (<http://Ustadustad%20itu%20Membuat%20Saya%20Malu%20Sebagai%20Muslim.htm>, diakses 24 Februari 2013 Pukul 07.10 WITA).

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Instrumen Penelitian / Kuesioner

Judul Penelitian :Tanggapan Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Terhadap Ceramah Ustad M Nur Maulana di Trans Tv

Pengisian kuesioner ini diajukan untuk kepentingan penelitian bukan untuk kepentingan lainnya. Oleh sebab itu, penelitian ini menjamin kerahasiaan responden. Terima kasih atas kesediaan saudara (i) mengisi kuesioner ini.

Petunjuk pengisian

Mohon baca baik-baik setiap pertanyaan yang disediakan!

Pilih dan lingkari atau tanda silang jawaban yang Anda anggap paling sesuai.

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nomor Responden :
2. Nama :
3. Jenis Kelamin : 1. Laki-laki
 2. Perempuan
4. Umur : 1. ≤ 19 tahun 4. 24 – 25 tahun
 2. 19 – 21 tahun 5. ≥ 26 tahun
 3. 22 – 23 tahun
5. Jurusan : 1. Komunikasi Penyiaran Islam
 2. Bimbingan Penyuluhan Islam
 3. Pengembangan Masyarakat Islam
 Konsentrasi KesSos
 4. Manajemen Dakwah
 5. Jurnalistik
 6. Ilmu Komunikasi
6. Angkatan : 1. 2007 4. 2010
 2. 2008 5. 2011
 3. 2009 6. 2012
7. Tinggal Bersama : 1. Orang tua
 2. Keluarga (Saudara, Om, Tante, dll)
 3. Kost/Sewa Rumah

B. VARIABEL PENELITIAN

8. Jenis media apa yang Anda miliki ?
- | | |
|------------------------|--|
| 1. Televisi | 5. Televisi + Radio |
| 2. Internet | 6. Televisi + Internet + Radio |
| 3. Surat Kabar | 7. Televisi + Internet + Surat Kabar |
| 4. Televisi + Internet | 8. Televisi + Internet + Surat Kabar + Radio |
9. Darimana anda pertama kali mendapat informasi tentang ceramah ustad M Nur Maulana di Trans Tv ?
1. Media
 2. Teman
 3. Lain-lain(sebutkan).....

• **Faktor Menonton**

10. Faktor apa yang menyebabkan anda menonton ceramah ustad M Nur Maulana di Trans Tv ?
1. Kebetulan
 2. Rasa Ingin Tahu (penasaran terhadap ceramah ustad maulana)
 3. Sebagai Pencerahan (penambah wawasan)

• **Form**

11. Menurut anda, apakah ceramah Ustad M Nur Maulana menggunakan bahasa verbal yang mudah dimengerti ?
1. Tidak Dimengerti
 2. Kurang Dimengerti
 3. Dimengerti
12. Menurut anda, apakah ceramah Ustad M Nur Maulana menggunakan bahasa non verbal yang mudah dimengerti ?
1. Tidak Dimengerti
 2. Kurang Dimengerti
 3. Dimengerti
13. Menurut anda, apakah intonasi dan gerakan khasnya menyapa jamaahnya dengan slogan “Jamaah Oh jamaah, Alhamdu...lillah” sudah sesuai ?
1. Tidak Sesuai
 2. Kurang Sesuai
 3. Sesuai

• **Content**

14. Menurut Anda, apakah isi ceramah (pesan dakwah) yang disampaikan oleh Ustad M Nur Maulana mudah dimengerti ?
1. Tidak Dimengerti
 2. Kurang Dimengerti

3. Dimengerti

15. Menurut anda, apakah isi ceramah (pesan dakwah) yang disampaikan sesuai dengan tuntunan ajaran Islam, yaitu sesuai Al-Quran dan Hadist Nabi ?
1. Tidak Sesuai
 2. Kurang Sesuai
 3. Sesuai

• Daya Tarik

16. Apakah Anda tertarik dalam menonton ceramah ustad M Nur Maulana di Trans Tv ?
1. Tidak Tertarik
 2. Kurang Tertarik
 3. Tertarik
17. Kalau iya, apa yang membuat anda tertarik dalam menonton ceramah ustad M Nur Maulana di Trans Tv ? (jawaban boleh lebih dari satu)
1. Ceramah yang disampaikan (pesan dakwah)
 2. Gaya ceramah yang unik dan slogan (jamaah oh jamaah Alhamdu...lillah)
 3. Lainnya (sebutkan)
18. Apa yang membuat anda kurang tertarik menonton ceramah ustad M Nur Maulana di Trans Tv ?
1. Slogan (jamaahohjamaahalhamdulillah)
 2. Kekanak-kanakan (childish)
 3. Lainnya (sebutkan)
19. Kalau tidak, maka apa alasan Anda sehingga tidak tertarik terhadap ceramah ustad M Nur Maulana di Trans Tv ?
-
-
-
20. Menurut Anda, apa yang menjadi tujuan dalam menonton ceramah ustad M Nur Maulana d Trans Tv'? (jawaban boleh lebih dari satu)
1. Menambah Pengetahuan
 2. Mengisi Waktu Luang
 3. Lainnya (sebutkan)
21. Apakah Anda mendapatkan pembelajaran/pemahaman Islam setelah mengikuti ceramah Ustad M Nur Maulana ?
1. Tidak Mendapatkan Pembelajaran Islam
 2. Kurang Mendapatkan Pembelajaran Islam

3. Mendapatkan Pembelajaran Islam

22. Apakah pembelajaran/pemahaman Islam yang anda dapatkan mengubah perilaku anda sebagai Muslim dalam kehidupan sehari-hari ?

1. Ya
2. Tidak

22. Bila anda mengalami perubahan perilaku setelah menonton ceramah Ustad M Nur Maulana, perilaku apakah yang dimaksud ?

1. Lebih Taat Beribadah
2. Lebih Rajin Mengkaji Islam Secara Mendalam
3. Lainnya (sebutkan)

23. Apa saran Anda terhadap ceramah ustad M Nur Maulana di Trans Tv ?

.....
.....
.....

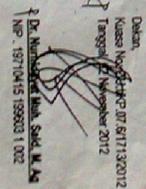
Sekian dan Terima Kasih

LAMPIRAN 2

JUMLAH MAHASISWA TERDAFTAR FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN ALAUDDIN MAKASSAR TAHUN AKADEMIK 2012-2013

DATA MAHASISWA UIN ALAUDDIN MAKASSAR
 Jumlah Mahasiswa Terdaftar Menurut Fakultas, Jurusan, Program Studi,
 Jangjang Program dan Tingkat Semester Ganjil
 Tahun Akademik 2012/2013

No.	Nama Jurusan/Prodi	Jenjang Prodi	SEMESTER												JUMLAH MHS		JUMLAH DOSEN							
			I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	LK	PR	TOTAL	L	P	TOTAL				
1	Komunikasi Penyiaran Islam	SI	14	21	19	14	15	11	10	2	6	4	1	0	0	0	65	52	117	9	2	5	1	10
2	Bimbingan Penyuluhan Islam	SI	12	20	13	5	3	5	8	1	2	2	0	0	0	0	38	33	71	6	6	6	1	9
3	Pengembangan Masyarakat Islam	SI	32	26	19	13	17	11	0	4	8	8	0	0	0	0	82	61	143	6	3	11	1	9
4	Musikologi Dakwah	SI	24	15	15	8	5	1	6	4	4	0	1	0	0	0	55	28	83	7	2	3	0	9
5	Jurnalistik	SI	56	50	23	16	12	16	10	11	4	5	8	1	0	1	113	100	213	6	3	6	3	9
6	Ilmu Komunikasi	SI	110	83	44	30	23	22	25	18	20	13	0	0	0	0	222	159	388	5	16	15	3	11
JUMLAH			248	214	133	85	75	68	63	40	44	32	10	1	0	1	575	440	1015	38	22	47	9	50
															1915			80			56			

Samudra-Gowa, 02 November 2012
 Dekan
 Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar
 Tanggal 02 November 2012

 Dr. Nurhidayah Billa, S.Pd., M. Pd.
 NIP. 19710415 199002 1 002

LAMPIRAN 3

FOTO PENELITIAN

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN ALAUDDIN MAKASSAR



BIODATA PENULIS



Zulhidayat, yang akrab disapa Dayat merupakan anak keempat dari enam bersaudara pasangan Tamsir Paduai dan Sulastriningsih Djumingin. Lahir di kota Ujung Pandang tanggal 03 Mei 1990. Semasa kecil hingga sekarang, penulis menempuh pendidikan tingkat TK, SMP Negeri 26 Makassar, dan SMA Negeri 10 Makassar. Setelah menamatkan pendidikan di SMA, pada tahun 2008 melanjutkan pendidikan di salah satu perguruan tinggi di kota kelahiran, *anging mamiri* dengan pilihan Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik Universitas Hasanuddin Makassar. Semasa menjalani pendidikan di perguruan tinggi tersebut, penulis aktif dalam kepengurusan Kokurikuler Pencak Silat di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar, menjabat sebagai Koordinator Pelatihan tahun 2010-2011 dan kemudian menjabat sebagai anggota DPO (Dewan Penasehat Organisasi) tahun 2011-2013. Disinilah penulis meluangkan waktu luang, tenaga, dan pengabdian dalam memenuhi minat di bidang perguruan bela diri Pencak Silat. Setelah menjalani masa kuliah, Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan studi dengan terselesainya tugas akhir ini (SKRIPSI). Namun, penulis mengetahui masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Dan demi pengembangan skripsi ini, penulis berharap pembaca berkenan memberikan saran dan kritikan melalui CP: dayattojeng@gmail.com