

**EFEKTIVITAS *WHATSAPP* SEBAGAI MEDIA DAKWAH  
KEPADA ANGGOTA FORUM KAJIAN ISLAM MAHASISWA  
PALEMBANG**



**Diajukan Sebagai salah satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Sosial (S.Sos) Dalam Bidang Bidang Dakwah dan Komunikasi  
Jurusan Jurnalistik**

**Diajukan Oleh:**

**SALLY RUSIDINA PUTRI**

**NIM: 13530057**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH  
PALEMBANG**

**NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**Hal : Pengajuan Ujian Munaqosah**

**Kepada Yth. Bapak Dekan  
Fak. Dakwah dan Komunikasi  
UIN Raden Fatah  
Di  
Palembang**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan Hormat

Setelah mengadakan bimbingan dengan sungguh-sungguh, maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudara Sally Rusidina Putri, Nim. 13530057 yang berjudul "Efektivitas *WhatsApp* Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Anggota Forum Kajian Islam Mahasiswa Palembang)" sudah dapat diajukan dalam sidang Munaqosah di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

Demikian terima kasih.

*Wassalam*

Palembang, 1 Agustus 2017

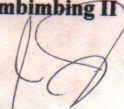
**Pembimbing I**



**Drs. Aliasan, M.Pd.I**

**NIP. 19610828 199101 1001**

**Pembimbing II**



**Reza Aprianti, M.A**

**NIP. 19850223 201101 2004**

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nama : Sally Rusidina Putri  
Tempat&tanggal lahir : Palembang, 22 Mei 1995  
NIM : 13530057  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Judul Skripsi : Efektivitas WhatsApp Sebagai Media Dakwah kepada Anggota Forum Kajian Islam Mahasiswa Palembang

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang pada :

Hari/ Tanggal : Selasa/ 29 Agustus 2017

Tempat : Ruang Munaqasyah Lt. 4 Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Dan telah diterima sebagai salah syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata I (S1) pada Jurusan Jurnalistik Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.



Palembang, Agustus 2018

Drs. Kusnadi, M.A

NIP. 19710819 200003 1 002

TIM PENGUJI

KETUA

Manalullai, S.Pd., M.Ed

NIP. 197204152003122003

SEKRETARIS

Muslimin, M.Kom

NIP.

PENGUJI I

Drs. Syahir Badruddin,

NIP. 195212231983031003

PENGUJI II

Suryati, M.Pd

NIP. 197209212006042002



### SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sally Rusidina Putri  
Tempat & Tanggal Lahir : Palembang, 22 Mei 1995  
NIM : 13530057  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi  
Jurusan : Jurnalistik  
Judul Skripsi : Efektivitas *WhatsApp* sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Anggota Forum Kajian Islam Mahasiswa Palembang)

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa :

1. Seluruh data, informasi, interpretasi, pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam skripsi ini kecuali yang disebutkan sumbernya adalah hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran peneliti dengan pengarahannya pembimbing yang ditetapkan.
2. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah maupun di Perguruan Tinggi lainnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut di atas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar akademik yang saya peroleh melalui skripsi ini.

Palembang, Agustus 2017

Sally Rusidina Putri



Sally Rusidina Putri

NIM. 13530057

## MOTTO

*"Allah Tidak Akan Membebani Suatu Kaum di Luar Batas Kemampuannya"*

*Stripisi ini ku persembahkan untuk :*

- 1. Ayahanda Zulkifli (Rahimakullah), Ibunda Seniwaty, ayahanda mertua Rasyid dan Ibunda mertua Zulplah.*
- 2. Suamiku Muhammad Rizky Kosasih*
- 3. Saudara-saudaraku Sandy Rahmad Al-Kafi, Rahmat Doni, Seli Oktadiani, dan Refli.*
- 4. Rekan-rekan jurnalistik angkatan 2013.*
- 5. Sahabat-sahabatku Wlga Emilson, Selvi Wardany, Sarah, Rabella Misnawaty, Menik Khotimah, Wilda Awwaliyyah, Meidina Andia, dan Yucika Putri.*
- 6. Dan untuk almamater tercinta.*

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah, Puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah Subhanahu wa ta'ala, berkat rahmat serta kehendak-Nyalah saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan diberi kelancaran dan kesabaran hingga skripsi ini bisa selesai. Shalawat serta salam saya haturkan untuk junjungan besar nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabatnya, dan seluruh umat muslim lainnya.

Penulisan skripsi yang berjudul “Efektivitas WhatsApp sebagai Media Dakwah Kepada Anggota Forum Kajian Islam Mahasiswa Palembang” ini, saya berharap bahwa kelak skripsi ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa yang mau menyusun atau pun mereka yang membutuhkan sebagai refrensi baik keperluan mata kuliah ataupun kepustakaan dan juga penyusunan skripsi setelah saya.

Saya menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan baik materi maupun teknik penulisan. Namun berkat dorongan dan semangat dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan, untuk itu pada kesempatan ini perkenankanlah saya menyampaikan ungkapan rasa terima kasih yang sangat besar dengan kerendahan hati saya kepada yang kasih dan tersayang :

1. Bapak Prof. Drs. H. M Sirozi, M.A. Ph.D selaku Rektor UIN Rade  
Palembang
2. Bapak Dr. Kusnadi, M.A Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Beserta Para Pembantu Dekan lainnya.

3. Ibu Sumaina Duku S.IP, M.Si selaku Kepala Jurusan Jurnalistik
4. Bapak Dr. Aliasan selaku Pembimbing 1, dan Ibu Reza Aprianti, MA selaku pembimbing II yang telag banyak menyediakan waktu untuk memberikan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi.
5. Untuk anggota Forum Kajian Islam Mahasiswa Palembang yang telah memberikan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Untuk para dosen-dosen yang telah mengajarku selama ini.
7. Terkhususnya untuk kedua orang tua saya, ayah dan ibu yang telah membesarkan saya dan juga mendidik saya dengan penuh kasih sayang serta untuk setiap doa yang mereka panjatkan pada allah untuk kemudahan, kelancaran, serta harapan untuk hidup ku agar jadi lebih baik.
8. Untuk suamiku Muhammad Rizky Kosasih.
9. Untuk sahabat-sahabatku Riris, Adel, Meta, Ulpa, Sarah, Weng, Cepi, Bela, Dina, Cika, Menik, dan teman-teman OSIS Biwadupa 2013
10. Untuk sepupu-sepupu ku : Nindi Puspita sari, Fitri Nuning Pratiwi, REXSI Mainaki, Arif Setiawan, Astridel Erning Yuda. Rafli Pasyah Dewa, Zacky Pebrio dan masih banyak yang lainnya.
11. Untuk teman-teman saya di Kelas Jurnalistik A, terkhusus : Humrah dan Erni terimah kasih telah menjadi sahabat ku dari awal semester sampai saat ini.
12. Untuk UIN, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Jurnalistik, dan Almamaterku.

Akhirnya peneliti menyerahkan sepenuhnya kepada Allah SWT. Semoga segala usaha dan bantuan Bapak/ibu, saudara, tersayang, keluarga, dan teman-teman akan tercatat sebagai amal shaleh bahkan lebih dari itu akan menjadi bekal di akhirat kelak.

Palembang, Agustus 2017

Penulis

Sally Rusidina Putri

NIM. 13530057



#### ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Efektivitas WhatsApp Sebagai Media Dakwah kepada Anggota Forum Kajian Islam Mahasiswa Palembang" meneliti apakah *WhatsApp* efektif digunakan sebagai media dakwah. Peneliti menggunakan dua sumber data, yakni sumber data primer berupa penyebaran angket dan sumber data sekunder berupa catatan, laporan, bukti, arsip yang menunjang penelitian ini. Adapun penelitian ini bersifat kuantitatif deskriptif menggunakan rumus regresi sederhana. Hasil menunjukkan  $r^2$  penelitian ini bernilai 41%, artinya *WhatsApp* dikatakan CUKUP efektif digunakan sebagai media dakwah.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
NOTA PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR DIAGRAM.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Tujuan dan Kegunaan penelitian .....	7
E. Kegunaan Penelitian.....	7
F. Kerangka Teori.....	7
G. Tinjauan Pustaka.....	13
H. Metode Penelitian .....	16
1. Variabel Penelitian.....	16
2. Jenis penelitian.....	16
3. Jenis Penelitian.....	16
4. Sumber data.....	17
5. Teknik Pengumpulan Data.....	17
6. Populasi dan sampel.....	18
7. Data Operasional.....	20
8. Sistematika Pembahasan.....	22

## **BAB II Landasan Teori**

A. Efektivitas.....	25
1. Definsi Efektivitas.....	25
2. Macam-macam Efek .....	26
B. Komunikasi Massa.....	26
1. Definisi Komunikasi Massa.....	26
2. Karakteristik Komunikasi Massa .....	28
3. Fungsi Komunikasi Massa.....	29
C. Media Massa.....	30
1. Definisi Media Massa.....	30
D. Internet.....	32
E. WhatsApp.....	34
F. Media Dakwah.....	35
G. Internet dan Media Dakwah .....	37
H. WhatsApp dan Media Dakwah .....	38
I. Teori Media Ekuasi.....	39

## **BAB III DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN**

A. Sejarah Singkat.....	42
B. Keanggotaan .....	42
C. Alamat Lengkap Lokasi Kajian Forkisma .....	42
D. Visi Misi Forkisma.....	43
E. Bagan Struktur Kepengurusan .....	44
F. Deskripsi Pekerjaan .....	45
G. AD ART Forkisma .....	47

## **BAB IV LAPORAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Tahapan Penelitian.....	60
1. Uji Validitas dan Reabilitas.....	60
2. Menganalisis Perindikator, Perdimensi Serta Pervariabel X dan Y.....	64

B. Uji Normalitas.....	97
C. Uji Hipotesis Statistika.....	98

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	105
B. Saran .....	106

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Fungsi Komunikasi Massa.....	9
Tabel 2. Kisi-Kisi Instrumen <i>WhatsApp</i> .....	20
Tabel 3. Kisi-Kisi Instrumen Efektivitas Media Dakwah.....	22
Tabel 4. Perkembangan Media Sosial.....	33
Tabel 5. Uji Validitas Variabel X.....	61
Tabel 6. Uji Validitas Variabel Y.....	62
Tabel 7. Uji Reabilitas.....	63
Tabel 8. Presentase Jawaban Responden X1.....	64
Tabel 9. Presentase Jawaban Responden X2.....	66
Tabel 10. Presentase Jawaban Responden X3.....	68
Tabel 11. Presentase Jawaban Responden X4.....	69
Tabel 12. Presentase Jawaban Responden X5.....	71
Tabel 13. Presentase Jawaban Responden X6.....	72
Tabel 14. Presentase Jawaban Responden X7.....	73
Tabel 15. Presentase Jawaban Responden X8.....	74
Tabel 16. Presentase Jawaban Responden X9.....	75
Tabel 17. Presentase Jawaban Responden X10.....	77
Tabel 18. Presentase Jawaban Responden Y1.....	79
Tabel 19. Presentase Jawaban Responden Y2.....	80
Tabel 20. Presentase Jawaban Responden Y3.....	82
Tabel 21. Presentase Jawaban Responden Y4.....	84
Tabel 22. Presentase Jawaban Responden Y5.....	85



Tabel 23. Presentase Jawaban Responden Y6.....	87
Tabel 24. Presentase Jawaban Responden Y7.....	89
Tabel 25. Presentase Jawaban Responden Y8.....	90
Tabel 26. Presentase Jawaban Responden Y9.....	91
Tabel 27. Presentase Jawaban Responden Y10.....	93
Tabel 28. Presentase Jawaban Responden Y11.....	94
Tabel 29. Uji Normalitas.....	98
Tabel 30. Uji Regresi Linier Sederhana.....	99
Tabel 31. Variabel Korelasi X dan Y.....	100

## **DAFTAR DIAGRAM**

Diagram 1. Diagram Jawaban Responden X1.....	65
Diagram 2. Diagram Jawaban Responden X2.....	67
Diagram 3. Diagram Jawaban Responden X3.....	68
Diagram 4. Diagram Jawaban Responden X4.....	70
Diagram 5. Diagram Jawaban Responden X5.....	72
Diagram 6. Diagram Jawaban Responden X6.....	73
Diagram 7. Diagram Jawaban Responden X7.....	75
Diagram 8. Diagram Jawaban Responden X8.....	76
Diagram 9. Diagram Jawaban Responden X9.....	78
Diagram 10. Diagram Jawaban Responden X10.....	79
Diagram 11. Diagram Jawaban Responden Y1.....	81
Diagram 12. Diagram Jawaban Responden Y2.....	83
Diagram 13. Diagram Jawaban Responden Y3.....	84
Diagram 14. Diagram Jawaban Responden Y4.....	86
Diagram 15. Diagram Jawaban Responden Y5.....	87
Diagram 16. Diagram Jawaban Responden Y6.....	89
Diagram 17. Diagram Jawaban Responden Y7.....	90
Diagram 18. Diagram Jawaban Responden Y8.....	92
Diagram 19. Diagram Jawaban Responden Y9.....	93
Diagram 20. Diagram Jawaban Responden Y10.....	95
Diagram 21. Diagram Jawaban Responden Y11.....	96

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. Paragdimia Lama Komunikasi Massa.....	31
Gambar 2. Paragdimia Baru Komunikasi Massa.....	31



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Secara etimologi, dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu da'a, yad, 'u, da'wah, dan du'a yang diartikan sebagai mengajak/menyeru, memanggil, seruan, permohonan, dan permintaan. Istilah ini sering diberi arti yang sama dengan istilah-istilah *tabligh*, *amr ma'ruf dan nahi mungkar*, *mau'idzhoh hasanah*, *tabsyir*, *indzhar*, *washiyah*, *tarbiyah*, *ta'lim*, dan *khotbah*.<sup>1</sup> Sedangkan menurut istilah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana menuju jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan demi kebahagiaan dunia dan akhirat.<sup>2</sup> Dakwah menurut Wahyu Ilaihi dan Harjani Hefni adalah kegiatan mengajak, mendorong, dan memotivasi orang lain berdasarkan *bashirah* untuk meniti jalan Allah dan *istiqomah* di jalan-Nya, serta berjuang bersama meninggikan agama Allah.<sup>3</sup>

Islam adalah agama dakwah yang artinya agama yang selalu mendorong pemeluknya untuk senantiasa aktif melakukan kegiatan dakwah. Maju mundurnya

---

<sup>1</sup>M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 17.

<sup>2</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Cahaya Prima Sentosa, 2014), h.3.

<sup>3</sup> Wahyu Ilaihi dan Harjani Hefni Polah, *Pengantar Sejarah Dakwah*, (Jakarta: Kencana: 2007), h. 1.



umat sangat bergantung dan berkaitan erat dengan kegiatan dakwah yang dilakukannya, karena itu Al-Qur'an dalam menyebut kegiatan dakwah *ahsanu qaula*.<sup>4</sup>

Semua nabi dan rasul bertugas memanggil, menyeru, dan mengajak manusia untuk beriman kepada Allah dan menjalan syariatNya. Dengan demikian, nabi dan rasul adalah da'i sebab arti nabi adalah orang yang mendapat informasi (wahyu) dari Allah. Sedangkan rasul adalah orang yang menyampaikan pesan (risalah) dari Allah kepada manusia.<sup>5</sup> Dakwah adalah tugas suci yang dibebankan kepada setiap muslim di mana saja ia berada, sebagaimana termaktub dalam Al-Qur'an dan as-Sunnah Rasulullah Shalallahu Alaihi Wa Sallam., kewajiban menyerukan dan menyampaikan agama islam kepada masyarakat.

Dakwah bukan hanya kewenangan ulama atau tokoh agama. Setiap muslim bisa melakukan dakwah, karena dakwah bukan hanya ceramah agama. Pidato Nabi Shalallahu 'alaihi wa sallam pada saat haji wada' sangat jelas bagaimana beliau pada saat-saat akan mengakhiri tugas kenabiannya berpesan agar yang hadir meneruskan pesan islam kepada yang tidak hadir.<sup>6</sup> Hal ini dapat dikatakan bahwa dalam menyampaikan dakwah adalah amanah dari rasulullah untuk umat manusia. Maka sudah seyogyanya umat islam untuk menyampaikan dakwah, mula-mula dari keluarga, kerabat, hingga masyarakat umum. Karena tanpa dakwah, umat islam dapat

---

<sup>4</sup> Munzier Suparta, *Metode Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2009), h. 4.

<sup>5</sup> Aep Kusnawan dkk, *Dimensi Ilmu Dakwah*, (Bandung: Widya Padjajaran, 2009), h.3.

<sup>6</sup> Faiza dan H. Lalu Muchsin Effendi, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2012), h. 8.

kehilangan arah. Dengan dakwah, umat islam menjadi saudara, seperti dalam potret idealitas.

Dengan demikian, kita bisa membuat pernyataan bahwa kehidupan seseorang ditentukan oleh keyakinannya, sedangkan keyakinan itu ditentukan oleh pengetahuannya. Lebih khusus, umat islam ditentukan oleh keagamaannya; sementara keagamaannya ditentukan oleh pengetahuan agamanya; dan pengetahuan agamanya tergantung pada dakwah. Orang-orang nonmuslim yang mencemooh islam atau umat islam yang menindas saudaranya sendiri dikarenakan salah dalam memahami islam. Kesalahan ini akibat tidak adanya dakwah atau dakwahnya yang salah.<sup>7</sup>

Dalam menyampaikan ilmu dakwah, da'i terlebih dahulu mengenal dan menyesuaikan keadaan target dakwah. Tujuannya tiada lain agar mad'u mudah menerima apa yang disampaikan oleh da'i tersebut. Hal ini telah termaktub dalam hadis rasulullah shalallahu 'alaihi wa sallam "Barangsiapa yang melihat kemungkaran, maka hendaklah dia merubah dengan tangannya, jika dia tidak mampu maka dengan lisannya, jika dia tidak mampu juga maka dengan hatinya dan itu merupakan selemah-lemahnya iman,".

Adapun dalam penyampaian dakwah, pesan pertama yang disampaikan adalah tentang ketauhidan. Sebagaimana Rasulullah Shalallahu alaihi wa sallam lakukan. Beliau menyeru masyarakat secara kontak langsung untuk menyembah hanya kepada

---

<sup>7</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2012), h. 111-112.

Allah Yang Maha Esa. Pada saat itu masyarakat masih dalam keadaan jahil. Mereka menyembah dan menjadikan patung sebagai tuhan mereka. Seiring bertambahnya masyarakat yang memeluk islam. Kemudian Rasulullah berdakwah tentang *amar makruf nahi mungkar*. Sebagaimana diterangkan dalam Firman Allah dalam Surah Ali Imran ayat 110 :

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَوْ آمَنَ أَهْلُ  
الْكِتَابِ خَيْرًا لَهُمْ مِنْهُمُ الْمُؤْمِنُونَ وَأَكْثَرُهُمُ الْفَاسِقُونَ.

Artinya: “Kalian adalah umat terbaik yang dilahirkan untuk manusia, menyeruh kepada yang ma’ruf, dan mencegah dari yang munkar, serta beriman kepada Allah. Sekiranya Ahli Kitab beriman, tentulah itu lebih baik bagi mereka. Di antara mereka ada yang beriman, namun kebanyakan mereka adalah orang-orang fasik”.<sup>8</sup>

Saat ini dunia telah masuk ke dalam era modern seiring dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi. Kecanggihan teknologi telah memberikan kemudahan dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam berkomunikasi. Berbeda pada zaman dahulu yang memakai bahasa isyarat untuk berkomunikasi. Lalu muncullah bahasa tulisan pada 300.000 tahun sampai 200.000 tahun Sebelum

---

<sup>8</sup>.Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, (Bandung: CV. Penerbit Diponegoro,2010), h. 64.

Masehi.<sup>9</sup> Dilanjutkan ke zaman tulisan yang muncul sekitar 5000 tahun Sebelum Masehi, zaman cetak dan yang sekarang ini zaman komunikasi massa.

Zaman komunikasi massa adalah zaman dimana segala kegiatan manusia kini tidak bisa terlepas dari teknologi. Adapun media massa adalah sarana yang membawa pesan. Media massa utama adalah buku, majalah, koran, televisi, radio rekaman, film dan web. Perkembangan di zaman ini begitu pesat, ditambah lagi dengan adanya jaringan internet. Berkat internet segala pekerjaan berjalan begitu mudah. Sebagai contoh, dahulu kita dalam menyampaikan sesuatu dengan orang yang jauh menggunakan surat. Namun seiring perkembangan zaman muncullah telepon, *handphone* hingga internet. Tidak hanya untuk berkomunikasi suara saja, dengan internet kita bisa melakukan pembicaraan dengan sebuatan *video call* yang seolah kita tengah mengobrol bertatap muka dengan orang yang jauh. Selain itu, internet membantu kita untuk bisa mengirimkan berkas-berkas atau *file* penting secara cepat.

Adapun aplikasi yang berbasis internet seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, *blackberry messenger*, *whatsapp*, dan lain-lain. Melihat perkembangan media yang sangat pesat ini jugalah, dakwah juga memanfaatkan media massa sebagai fasilitas untuk menyampaikan dakwah. Tujuannya sendiri agar informasi-informasi keagamaan terus ada, mengingat era modern ini kecanggihan teknologi telah menggeserkan dan adanya perubahan sosial dan budaya dalam masyarakat, mengakibatkan terjadinya perubahan dalam pola berpikir, bertindak, dan berperilaku.

---

<sup>9</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2014), h. 45.

Dari sini, para da'i memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk aktivitas dakwah agar tidak terasingkan. Salah satu aplikasi berbasis internet yang saat ini paling banyak digunakan dalam berdakwah adalah *WhatsApp*.

*WhatsApp* adalah aplikasi yang berbasis internet. Awalnya aplikasi *WhatsApp* hanya bisa diakses Iphone dan Ipad, namun seiring waktu *WhatsApp* bisa diakses melalui android. *WhatsApp* dipilih karena tidak adanya batas panjang teks seperti *Blackberry Messenger*. Untuk bisa terjadinya proses saling berkirim pesan pada *WhatsApp*, pengguna setidaknya mengetahui nomor *handphone* komunikan. Dapat dikatakan bahwa dalam penggunaan aplikasi *WhatsApp* ruang lingkungnya menyempit, berbeda dengan *Facebook* yang ruangnya tidak terbatas, dengan demikian dapat meminimalisir dari berita-berita bohong atau *hoax* sebagaimana hal ini seringkali terjadi.

Salah satu penggiat dakwah yang memanfaatkan *WhatsApp* untuk berdakwah adalah anggota Forum Kajian Islam Mahasiswa (Forkisma) Palembang. Forum ini berdiri pada tahun 2014. Pada awal pendirian, Forkisma telah menggunakan aplikasi *WhatsApp* baik menyampaikan waktu kajian hingga berdiskusi tentang permasalahan agama. Adapun anggota Forkisma sendiri adalah mahasiswa-mahasiswa dari berbagai universitas.

Dari hal inillah, peneliti ingin meneliti sejauh mana pengaruh keefektivitasan *WhatsApp* sebagai media dakwah serta bagaimana proses penyampaian dakwah itu



sendiri. Maka dari itu peneliti mengangkatnya menjadi sebuah judul skripsi dengan judul **Efektivitas *WhatsApp* Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Anggota Forum Kajian Islam Mahasiswa Palembang)**

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini yaitu apakah *WhatsApp* memiliki tingkat efektif sebagai media dakwah.

## **C. Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah dalam penilitan ini hanya mengukur tingkat keefektifan aplikasi *WhatsApp* sebagai media dakwah.

## **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan dari penilitan ini untuk mengetahui apakah aplikasi *WhatsApp* efektif digunakan sebagai media dakwah.

## **E. Kegunaan Penelitian**

### 1. Secara Teoritis

Adapun kegunaan penelitian ini secara teoritis adalah untuk menambah pengetahuan dan wawasan bagi penulis sendiri untuk menjadi insan akademis yang lebih baik.

## 2. Secara Praktis

Dari penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan yang positif dan menjadi sumbangan pemikiran tambahan bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian-penelitian selanjutnya.

## F. Kerangka Teori

Efektifitas menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* berasal dari kata efek yang berarti akibat, pengaruh, sesuatu yang terjadi karena sebab-sebab.<sup>10</sup> Dan efektif berarti dapat membawa dampak baik, mujarab atau manjur (tentang obat), normal kembali. Dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud efektivitas adalah hasil yang dapat merubah perilaku manusia yang berasal dari pesan yang disampaikan. Perilaku manusia dalam hal ini dapat berupa perilaku yang baik maupun buruk tergantung bagaimana manusia itu sendiri menyikapi pesan yang diterimanya. Dalam hal ini bukan bermaksud untuk apa kita membaca surat kabar atau menonton televisi, tetapi bagaimana surat kabar dan televisi menambah pengetahuan, sikap, atau menggerakkan perilaku kita.

Adapun macam-macam efek media massa, yaitu :<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> M.K. Abdullah, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Terbaru*, (Jakarta: Pustaka Sandro Jaya), h. 112.

<sup>11</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011), h. 217.

1. Efek kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi.
2. Efek afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap, atau nilai.
3. Efek behaviorial merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati; yang mengikuti pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku.

Selain memiliki efek, komunikasi massa juga mempunyai fungsi. Berikut fungsi-fungsi komunikasi massa menurut Alexis S. Tan :<sup>12</sup>

**Tabel 1. Fungsi Komunikasi Massa Alexis S. Tan**

<b>NO.</b>	<b>Tujuan Komunikator (Penjaga Sistem)</b>	<b>Tujuan Komunikan (Menyesuaikan diri pada sistem: pemuasan kebutuhan)</b>
1.	Memberi informasi	Mempelajari ancaman dan peluang, memahami lingkungan, menguji kenyataan, meraih keputusan.
2.	Mendidik	Memperoleh pengetahuan dan

<sup>12</sup> Nurudin, *op.Cit.*, h. 65.

		keterampilan yang berguna memfungsikan dirinya secara efektif dalam masyarakatnya, mempelajari nilai, tingkah laku yang cocok agar diterima dalam masyarakatnya.
3.	Mempersuasi	Memberi keputusan, mengadopsi nilai, tingkah laku, dan aturan yang cocok agar diterima dalam masyarakatnya.
4.	Menyenangkan, memuaskan, kebutuhan komunikasikan	Menggembirakan, mengendorkan urat saraf, menghibur, dan mengalihkan perhatian dari masalah yang dihadapi.

Media dakwah adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan materi dakwah (ajaran islam) kepada *mad'u*.<sup>13</sup> Dengan kata lain, media dakwah dapat dikatakan sebagai fasilitas tambahan untuk lancarnya proses dakwah. Biasanya dakwah disampaikan hanya di mimbar saja, namun seiring perkembangan zaman media dakwah menjadi beragam. Hal ini bertujuan agar dakwah tidak punah dan tetap berjalan.

Banyak alat yang bisa dijadikan media dakwah. Secara lebih luas, dapat dikatakan bahwa alat komunikasi apapun yang halal bisa digunakan sebagai media

---

<sup>13</sup> M. Munir dan Wahyu Ilaihi, *op.Cit*, h. 32.

dakwah. Alat tersebut dapat dikatakan sebagai media dakwah bila ditujukan untuk berdakwah. Semua alat ini tergantung dari tujuannya. Ada beberapa pendapat tentang media dakwah dan macam-macamnya, yaitu menurut Al-Hasjmiy menyebut media dakwah dan sarana dakwah atau alat dakwah dan medan dakwah ada enam macam, yaitu mimbar (podium) dan *khithabah* (pidato/ceramah), *qalam* (pena) dan *kitabah* (tulisan), *masrah* (pementasan) dan *malhamah* (drama), seni suara dan seni bahasa, madrasah dan *dayah* (surau), serta lingkungan kerja dan usaha. Sedangkan menurut Abdul Kadir Munsyi mencatat enam jenis media dakwah, yaitu lisan, tulisan, lukisan atau gambaran, audio-visual, perbuatan dan organisasi.<sup>14</sup>

Secara terperinci, Hamzah Ya'qub membagi media dakwah menjadi lima :<sup>15</sup>

1. Lisan, inilah media dakwah yang paling sederhana yang menggunakan lidah dan suara. Media ini dapat berbentuk pidato, ceramah, kuliah, bimbingan, penyuluhan, dan sebagainya.
2. Tulisan, buku majalah, surat kabar, korespondensi, spanduk, dan lain-lain.
3. Lukisan, gambar, karikatur, dan sebagainya.
4. Audio visual, yaitu alat dakwah yang dapat merangsang indra pendengaran atau penglihatan dan kedua-duanya, bisa berbentuk televisi, slide, internet, dan sebagainya.

---

<sup>14</sup> Moh. Ali Aziz, *op.Cit*, h. 405.

<sup>15</sup> Wahyu Ilaihi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), h. 106.

5. Akhlak, yaitu perbuatan-perbuatan nyata yang mencerminkan ajaran islam yang dapat dinikmati dan didengarkan oleh mad'u.

Dari kelima macam media tersebut, internet merupakan media utama dalam media massa. Media massa adalah sarana yang membawa pesan.<sup>16</sup> Internet berasal dari jaringan komputer Departemen Pertahanan AS yang diciptakan pada tahun 1969 yang disebut ARPAnet, singkatan dari *Advanced Research Project Agency Network*.<sup>17</sup> Adapun *WhatsApp* merupakan salah satu aplikasi pesan seluler pintas *platform* yang memungkinkan kita untuk bertukar pesan tanpa harus membayar *SMS*. *WhatsApp Messenger* tersedia untuk *iPhone*, *BlackBerry*, *Windows Phone*, *Android*, dan *Nokia*. Dengan menggunakan *WhatsApp* kita terbebas dari biaya *SMS* dan telpon. Hanya dengan paket data atau jaringan internet kita bisa mengakses semua fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi *WhatsApp* tersebut.<sup>18</sup>

Teori yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah *Media Equation Theory*. Teori ini pertama kali dikenalkan oleh Byron Reeves dan Clifford Nass pada tahun 1996. Teori Media Ekuasi atau teori persamaan media ini ingin menjawab persoalan mengapa orang-orang secara tidak sadar dan bahkan secara otomatis merespons apa yang dikomunikasikan media seolah-olah (media itu) manusia. Menurut asumsi teori ini, media diibaratkan manusia. Teori ini memperhatikan bahwa media juga bisa diajak berbicara. Media bisa menjadi lawan bicara individu seperti

---

<sup>16</sup> John Vivian, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri, 2008), h. 453

<sup>17</sup> *Ibid.*, h. 266

<sup>18</sup> Dalam skripsi Hilda Farida Arifin yang berjudul *Pengaruh WhatsApp Terhadap Perilaku Tertutup Mahasiswa*, h. 20-21.

dalam komunikasi interpersonal yang melibatkan dua orang dalam situasi *face to face*.<sup>19</sup>

Peneliti memilih teori ini karena berkaitan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan. Karena anggota Forum Kajian Islam Mahasiswa ini mempunyai sebuah grup di aplikasi *WhatsApp*, dimana para anggota bebas menyebarkan dan berbagi pengetahuan agama, saling berdiskusi apabila terjadi kekeliruan di dalam forum tersebut, menjawab pertanyaan seputar ilmu agama. Selain itu juga, mereka saling menginformasikan adanya lowongan belajar gratis secara *online*, dan lain-lain. Sama halnya dengan peran teori ekuasi media ini yang menjadikan media seolah-olah lawan bicara yang dapat memenuhi apa yang kita butuhkan.

### **G. Tinjauan Pustaka**

Dalam skripsi **Tanti Dani Arsi** yang berjudul "*Efektifitas Media Massa Sebagai Saluran Pesan Dakwah (Studi Komparasi Novel Negeri 5 Menara dan Film Negeri 5 Menara)*", Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Hasil dari penelitian ini adalah adanya perubahan dalam novel dan film, namun tidak mengubah inti cerita. Selain itu, skripsi ini menunjukkan tidak ada perbedaan signifikan pesan dakwah melalui novel dan film dilihat dari keefektifannya.

---

<sup>19</sup> Nurudin, *op.Cit.*, h. 178.

**Hilda Farida Arifin (11730032)**, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, dengan judul penelitian *“Pengaruh WhatsApp Terhadap Perilaku Tertutup Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISHUM UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta”*. Berdasarkan hasil dari perhitungan koefisien determinasi menunjukkan nilai *R square* sebesar 0,136 yang berarti bahwa pengaruh *WhatsApp* dapat memberikan sumbangan sebesar 13,6% terhadap perilaku tertutup pada mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Sedangkan 86,4% nya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

**Ima Riantika (03 51 028)** alumni Fakultas Dakwah dan Komunikasi menulis skripsi dengan judul *“Pengaruh Majalah Islami Dalam Peningkatan Pengetahuan Keagamaan Mahasiswa Fakultas Dakwah”*. Dalam skripsi tersebut membahas tentang adanya pengaruh melalui media cetak khususnya majalah Islam bagi sikap dan pengetahuan mahasiswa Fakultas Dakwah. Penelitian tersebut menggunakan metode statistik dimana metode ini mengasumsikan hubungan yang bersifat positif. Sesuai dengan penelitiannya, majalah Islam memiliki kontribusi dalam peningkatan pengetahuan keagamaan mahasiswa Fakultas Dakwah dengan persentase berada pada kategori sedang yaitu sebanyak (66,67%) dengan jumlah 22 orang responden. Dan tingkat pengetahuan keagamaan mahasiswa Fakultas Dakwah setelah membaca majalah Islam dalam kategori sedang (72,73%) dengan jumlah angket 24 orang responden.



**Mellyani Lestari** dengan judul “*Pengaruh Media Islam Assajidin Terhadap Peningkatan Pengetahuan Agama Islam Komunitas Persatuan Islam Tionghoa Indonesia (PITI) Sumatera Selatan*”, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Penelitian ini memfokuskan bagaimana pengaruh tabloid Islam As SAJIDIN terhadap Komunitas Persatuan Islam Tionghoa Indonesia (PITI) Sumatera Selatan. Dari hasil perhitungan variabel Pengaruh Media Islam As SAJIDIN terhadap Peningkatan Pengetahuan Komunitas Persatuan Islam Tionghoa Indonesia (PITI) Sumatera Selatan. Diketahui rata-rata nilai variabel X (Media Islam As SAJIDIN) bernilai “positif” dengan respon jawaban sangat setuju dan setuju sebesar 87,7% dan berada di rentang skala tinggi dengan nilai mean sebesar 4,35. Selanjutnya, perhitungan rata-rata nilai variabel Y (Peningkatan Pengetahuan Agama Islam Komunitas Persatuan Islam Tionghoa Indonesia Sumatera Selatan) bernilai “positif” dengan respon jawaban sangat setuju dan setuju sebesar 96,6% dan berada di rentang skala tinggi dengan nilai mean sebesar 4,73.

Beberapa penelitian di atas menganalisa tentang aplikasi yang berbasis internet sebagai media dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah. Berbeda dengan penelitian di atas, dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan membahas keefektifitasan *WhatsApp* sebagai media dakwah, dimana aplikasi *WhatsApp* ini dinilai peneliti sebagai aplikasi lebih spesifik dalam menyampaikan pesan dakwah dan lebih khusus daripada *facebook*. Maksudnya dalam penyebaran informasinya dipersempit. Karena sebagaimana sekarang sering terjadinya penyebaran berita bohong atau *hoax* yang disebarluaskan di *faceboo*

## H. Metodologi Penelitian

### 1. Variabel Penelitian

Dalam skripsi penelitian yang berjudul “Efektivitas *WhatsApp* Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Anggota Forum Kajian Islam Mahasiswa Palembang)” mempunyai variabel yaitu “*WhatsApp* Sebagai Media Dakwah” sebagai variabel independen (bebas) dan “Efektivitas Dakwah” sebagai variabel dependen (terikat).

**Gambar 1. Bagan Kerangka Variabel**



### 2. Jenis Data

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, yaitu menghitung tingkat keefektifan *WhatsApp* sebagai media dakwah terhadap anggota Forum Kajian Islam Mahasiswa Palembang.

### 3. Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu sebagai berikut :

- a. Sumber data primer, yaitu sumber yang didapatkan peneliti dari lapangan berupa penyebaran angket, dimana narasumber tersebut dipilih berdasarkan ciri dan karakteristik yang sudah ditentukan.

- b. Sumber data sekunder merupakan data yang bersifat menunjang. Dalam penelitian ini yang dijadikan sumber data sekunder berupa catatan, laporan, bukti, arsip perpustakaan yang mendukung dan berkaitan dengan penelitian ini.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data di atas dapat diperoleh dengan metode sebagai berikut :

- a. Metode Angket

Angket adalah daftar pertanyaan tertulis mengenai masalah tertentu dengan ruang untuk jawaban bagi setiap pertanyaan.<sup>20</sup>

- b. Metode Dokumentasi

Metode ini digunakan untuk mencatat hasil jawaban dari angket.

- c. Metode Observasi

Observasi ialah pengamatan dan pencatatan dengan sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki. Dalam arti yang lebih luas observasi sebenarnya tidak hanya terbatas pada pengamatan yang dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung.<sup>21</sup> Metode ini digunakan peneliti guna mencari data-data yang mendukung penelitian ini bisa berupa buku, majalah, koran, dan *web* resmi.

#### 5. Populasi dan Sampel

---

<sup>20</sup> *Op.Cit.*, h. 38.

<sup>21</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: Remadja Rosdakarya, 2007), h. 82.

## 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>22</sup> Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

- a. Anggota Forum Kajian Islam Mahasiswa Palembang
- b. Menggunakan aplikasi *WhatsApp*

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.<sup>23</sup>

Jumlah anggota Forum Kajian Islam Mahasiswa Palembang berjumlah 103 orang. Maka peneliti mengambil 10-15% dari jumlah keseluruhan.

$$n = \frac{N}{1 + N(d)^2}$$

$$\begin{aligned} n &= \frac{103}{1 + 103(0,15)^2} \\ &= \frac{103}{1 + 103(0,0225)} \end{aligned}$$

---

<sup>22</sup> Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 80.

<sup>23</sup> *Ibid*, h. 81.

$$= \frac{103}{1+2,3175}$$

$$= \frac{103}{3,31}$$

$$=31,11 = 31$$

### 3. Analisis Data

Adapun tujuan analisis data adalah untuk menyederhanakan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan menginterpretasikannya dengan jalan data dikumpulkan dan diklarifikasi.<sup>24</sup> Untuk menganalisis dari sejumlah data tentang Efektivitas *WhatsApp* Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Anggota Forum Kajian Islam Mahasiswa Palembang), maka penulis menggunakan metode-metode deskriptif kuantitatif, yaitu menggambarkan objek penelitian secara apa adanya sejauh mana yang penulis peroleh dari angket, dokumentasi, dan lain-lain.

### 4. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris. Ada dua jenis hipotesis :

- a. Hipotesis kerja ( $H_a$ ), hipotesis kerja mengatakan adanya hubungan antara variabel X dan Y.
- b. Variabel nol ( $H_o$ ), hipotesis ini mengatakan tidak adanya hubungan antara variabel X dan Y.

---

<sup>24</sup> Skripsi Tanti Dani Arsi, *Efektivitas Media Massa Sebagai Saluran Pesan Dakwah (Studi Komparasi Novel Negeri 5 Menara dan Film Negeri 5 Menara)*, h. 35.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

Ha : Terdapat keefektivan aplikasi *WhatsApp* sebagai media dakwah

Ho : Tidak terdapat keefektivan aplikasi *WhatsApp* sebagai media dakwah

### I. Operasional Variabel

Dalam penelitian ini pengukuran variabel menggunakan skala *Likert*, Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Dengan menggunakan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan dari setiap jawaban yang dihubungkan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut:<sup>25</sup>

Sangat Setuju	(SS)	= 5
Setuju	(S)	= 4
Ragu-ragu	(R)	= 3
Tidak Setuju	(TS)	= 2
Sangat Tidak Setuju	(STS)	= 1

Untuk lebih jelasnya, berikut variabel operasional dalam penelitian ini :

---

<sup>25</sup> Ridwan, *Dasar-Dasar Statistika*, ( Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013), h. 38-29.

Tabel 2 Kisi-kisi Instrumen Aplikasi *WhatsApp* (X)

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<i>WhatsApp</i>	Informasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Materinya tersampaikan dengan baik.</li> <li>2. Materinya lebih mudah dipahami</li> <li>3. Bahasanya ringan.</li> </ol>	L I K E R T
	Pendidikan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. meningkatkan pengetahuan tentang hukum-hukum terhadap suatu perkara</li> <li>2. menambah wawasan.</li> </ol>	L I K E R T
	Persuasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjadi lebih semangat menuntut ilmu agama</li> <li>2. Bertumbuhnya semangat dalam berdakwah</li> <li>3. Semangat mengajak umat muslim untuk menuntut ilmu agama</li> </ol>	L I K E R T

	Hiburan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengisi waktu luang dengan mempelajari ilmu agama</li> <li>2. Mendapat teman lebih banyak lagi</li> </ol>	L I K E R T
--	---------	---	----------------------------

**Tabel 3 Kisi-kisi Instrumen Efektivitas Media Dakwah (Y)**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<b>Efektivitas Media Dakwah</b>	Kognitif <i>Pengetahuan</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengetahui materi dakwah secara lebih luas</li> <li>2. Mengetahui hukum-hukum, adab, dan aqidah yang sesuai dengan Al-Qur'an dan hadits rasulullah</li> <li>3. Mengetahui perkara-perkara dalam kehidupan sehari-hari sesuai tuntuan agama islam.</li> </ol>	L I K E R T
	Afektif <i>Sikap</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mendirikan sholat fardhu tepat waktu</li> <li>2. Lebih berbakti kepada orang tua</li> <li>3. Meningkatkan jiwa kesosialan dalam masyarakat</li> <li>4. Dapat berlemah lembut dalam bertutur kata</li> </ol>	L I K E R T



	Behavioral <i>Perilaku</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dapat mengendalikan diri.</li> <li>2. Merasa lebih tenang</li> <li>3. Memiliki hubungan yang baik terhadap orang lain.</li> <li>4. Menjadi lebih disiplin</li> </ol>	L  I  K  E  R  T
--	-------------------------------	--	--

## J. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah peneliti dalam menyusun penelitian ini, maka skripsi disusun dengan sistematika bahasan sebagai berikut :

- BAB I : Pendahuluan yang meliputi penegasan judul, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian, kerangka teori, tinjauan pustaka, metodologi penelitian dan sistematika pembahasan.
- BAB II : Pembahasan dalam bab ini membahas tentang komunikasi massa, media massa, media dakwah, *WhatsApp* dan teori media ekuasi.
- BAB III : Bab ini menjelaskan gambaran umum organisasi Forum Kajian Islam Mahasiswa Palembang, struktur dan biografi kepemimpinan, kegiatan yang diadakan.
- BAB IV : Pada bab ini berisi tentang analisis data efektivitas *WhatsApp* sebagai media dakwah.

BAB V : Penutup. Bab ini berisi tentang kesimpulan saran-saran dan penutup.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Efektivitas

Efektifitas menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia* berasal dari kata efek yang berarti akibat, pengaruh, sesuatu yang terjadi karena sebab-sebab.<sup>26</sup> Dan efektif berarti dapat membawa dampak baik, mujarab atau manjur (tentang obat), normal kembali. Dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud efektivitas adalah hasil yang dapat merubah perilaku manusia yang berasal dari pesan yang disampaikan. Perilaku manusia dalam hal ini dapat berupa perilaku yang baik maupun buruk tergantung bagaimana manusia itu sendiri menyikapi pesan yang diterimanya. Dalam hal ini bukan bermaksud untuk apa kita membaca surat kabar atau menonton televisi, tetapi bagaimana surat kabar dan televisi menambah pengetahuan, sikap, atau menggerakkan perilaku kita.

Adapun di dalam penelitian ini meninjau efektivitas sebuah media massa dalam kegiatan dakwah. Menurut Tubbs dan Moss (1974), secara psikologis, efektivitas komunikasi paling tidak ditandai oleh timbulnya lima hal pada diri komunikan: pengertian, kesenangan, pengaruh pada sikap,

---

<sup>26</sup> M.K. Abdullah, *Op.Cit.*

hubungan yang makin baik dan tindakan.<sup>27</sup> Berikut macam-macam efek media massa yaitu :<sup>28</sup>

4. Efek kognitif adalah terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi.
5. Efek afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap, atau nilai.
6. Efek behaviorial merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang mengikuti pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku.

## B. Komunikasi Massa

Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebab, awal perkembangannya saja, komunikasi massa berasal dari pengembangan kata *media of mass communication* (media komunikasi massa). Komunikasi Massa (*Mass Communication*) ialah proses komunikasi yang berlangsung di mana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal

---

<sup>27</sup> Asep Saeful Muhtadi, *Komunikasi Dakwah Teori, Pendekatan, dan Aplikasi* (Bandung: Rosdakarya, 2012), h. 45.

<sup>28</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Op.Cit.*

melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, majalah, tabloid, dan film.<sup>29</sup>

Di samping itu, agar tidak membingungkan, kita juga perlu membedakan antara *mass communications* (dengan s) dengan *mass communication* (tanpa s). Seperti yang dikemukakan oleh Jay Back dan Frederick C. Whitney dalam bukunya *Introduction to Mass Communication* (1988) dikatakan bahwa *Mass Communications* lebih menunjuk pada media mekanis yang digunakan dalam komunikasi massa yakni media massa. Sementara itu, *mass communication* lebih menunjuk pada teori atau proses teoritik. Atau bisa dikatakan *mass communication* lebih menunjuk pada proses dalam komunikasi massa. Meskipun terdapat perbedaan, keduanya saling mendukung satu sama lain. Sebab, ketika kita membahas komunikasi massa tidak akan bisa lepas dari proses dan peran media massanya.<sup>30</sup>

Definisi yang paling sederhana tentang komunikasi massa dirumuskan Bittner (1980) adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Selain itu, Gerbner (1967) mengatakan bahwa komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang

---

<sup>29</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2007), h.37.

<sup>30</sup> Nurudin, *Op.Cit.*, h. 5-6.

dalam masyarakat industri. Sedangkan menurut Meletzke (1963) komunikasi massa ialah :<sup>31</sup>

- a. Komunikasi massa artikan sebagai bentuk komunikasi yang menyampaikan pernyataan secara terbuka melalui media penyebaran teknis secara tidak langsung dan satu arah pada publik yang tersebar.
- b. Komunikasi massa dibedakan dari jenis komunikasi lainnya dengan satu kenyataan bahwa komunikasi massa dialamatkan kepada sejumlah populasi dari berbagai kelompok, dan bukan hanya satu atau beberapa individu sebagian khusus populasi. Komunikasi massa juga mempunyai anggapan tersirat akan adanya alat-alat khusus untuk menyampaikan komunikasi agar komunikasi itu dapat mencapai pada saat yang sama semua orang yang mewakili berbagai lapisan masyarakat.
- c. Komunikasi massa memiliki karakteristik utama sebagai berikut; pesan disampaikan secara terbuka, seringkali dapat mencapai kebanyakan khalayak yang relatif besar, heterogen, dan anonim, pesan disampaikan secara terbuka, seringkali dapat mencapai kebanyakan khalayak secara serentak, bersifat sekilas, komunikator cenderung berada atau bergerak dalam organisasi yang kompleks yang melibatkan biaya yang besar.<sup>32</sup>

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa ialah proses penyampaian pesan melalui alat mekanis baik cetak maupun elektronik kepada khalayak yang bersifat heterogen atau beragam secara terbuka. Untuk menunjang pemahaman tentang komunikasi massa ini sendiri memiliki karakteristik. Adapun karakteristik komunikasi massa menurut Elizabeth-Noelle Neumann yaitu :<sup>33</sup>

1. Bersifat tidak langsung, artinya harus melewati media teknis
2. Bersifat satu arah, artinya tidak ada interaksi antara peserta-peserta komunikasi (para komunikan)

---

<sup>31</sup> Jalaludin Rakhmat., *Op.Cit*, h. 185-186.

<sup>32</sup> *Ibid*, h. 186-187.

<sup>33</sup> *Ibid*.

3. Bersifat terbuka, artinya ditujukan pada publik yang tidak terbatas dan anonim
4. Mempunyai publik yang secara geografis tersebar.

Dengan demikian, komunikasi dapat diartikan bukan sebagai pertukaran pesan antarindividu, melainkan pertukaran pesan baik individu, kelompok, dan khalayak ramai atau singkatnya bersifat melembaga, hingga pesannya pun dapat dikatakan pesan yang bersifat umum. Artinya, pesannya dapat diterima oleh siapapun tanpa mengenal status, usia, agama, dan tempat tinggal. Hal ini disebut komunikasi dari komunikasi tersebut bersifat heterogen. Komunikasi kini sangat berkembang pesat mengingat komunikasi merupakan bagian dari kehidupan manusia. Sehingga komunikasi memiliki dampak tersendiri bagi masyarakat. Contohnya, orang yang menonton berita tentang tsunami di Aceh. Orang tersebut lalu mengetahui bahwa ada bencana alam yang terjadi di Aceh. Bisa dikatakan orang itu mendapat informasi mengenai berita peristiwa yang sedang terjadi. Atau orang yang menonton tayangan D'Academy Indonesia untuk mengisi waktu luang atau sedang bersantai dan berkumpul dengan keluarga di rumah. Maka demikian dapat dikatakan bahwa komunikasi massa memiliki bermacam-macam fungsi.

Fungsi- fungsi komunikasi menurut Alexis S. Tan dijelaskan dalam tabel sebagai berikut :

**Tabel 1. Fungsi Komunikasi Massa Alexis S. Tan**

<b>NO.</b>	<b>Tujuan Komunikator (Penjaga Sistem)</b>	<b>Tujuan Komunikan (Menyesuaikan diri pada sistem: pemuasan kebutuhan)</b>
1.	Memberi informasi	Mempelajari ancaman dan peluang, memahami lingkungan, menguji kenyataan, meraih keputusan.
2.	Mendidik	Memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang berguna memfungsikan dirinya secara efektif dalam masyarakatnya, mempelajari nilai, tingkah laku yang cocok agar diterima dalam masyarakatnya.
3.	Mempersuasi	Memberi keputusan, mengadopsi nilai, tingkah laku, dan aturan yang cocok agar diterima dalam masyarakatnya.
4.	Menyenangkan, memuaskan, kebutuhan komunikan	Menggembirakan, mengendorkan urat saraf, menghibur, dan mengalihkan perhatian dari masalah yang dihadapi.



### C. Media massa

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti surat kabar, film, radio, dan televisi. Berikut contoh-contoh media massa dari paragdima lama dengan paragdima baru :<sup>34</sup>

#### Paragdima Lama



---

<sup>34</sup> *ibid*, h. 13.

### Paradigma Baru



#### D. Internet

Internet merupakan salah satu media massa yang berkembang saat ini. Internet berasal dari jaringan komputer Departemen Pertahanan AS yang diciptakan pada tahun 1969 yang disebut ARPAnet, singkatan dari *Advanced Research Project Agency Network*. Pentagon membangun jaringan untuk bertukar informasi dengan kontraktor militer dan universitas yang melakukan riset militer. Pada tahun 1983, *National Science Foundation* yang diberi tugas mempromosikan sains, mengambil alih proyek ini.

Jaringan *National Science Foundation* ini menarik lebih banyak pengguna, banyak diantaranya yang punya jaringan internal sendiri. Misalnya, kebanyakan universitas yang bergabung dengan jaringan NSF punya jaringan komputer intrakampus. Jaringan NSF kemudian menjadi konektor untuk

ribuan jaringan lainnya. Untuk sistem *backbone* yang menghubungkan jaringan-jaringan, internet adalah nama yang tepat.<sup>35</sup>

Dalam perkembangannya, internet kini menjadi lebih banyak diminati para pengguna (*users*). Berdasarkan riset yang dipublikasikan oleh *Crowdtap*, *Ipsos MediaCT*, dan *The Wall Street Journal* pada 2014 yang melibatkan 839 responden dari usia 16 hingga 36 tahun menunjukkan bahwa jumlah waktu yang dihabiskan khalayak untuk mengakses internet jauh lebih banyak dibandingkan mengakses media tradisional (seperti televisi, radio, dan surat kabar).<sup>36</sup> Hal ini disebabkan munculnya kolaborasi antara internet dan media sosial. Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.

Kehadiran internet dan media sosial memberikan keleluasaan bagi khalayak untuk ikut dalam berkompetisi menyebarkan informasi atau peristiwa yang terjadi di sekitar mereka. Adapun karakteristik media sosial meliputi jaringan, informasi, arsip. Interaksi, simulasi sosial, dan konten oleh pengguna. Berikut perkembangan media sosial :<sup>37</sup>

---

<sup>35</sup> *Ibid*, h. 266

<sup>36</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), h. 2.

<sup>37</sup> *Ibid*, h. 35.

**Tabel 4. Perkembangan Media Sosial**

2013	Snapchat
2011	Google+, Pinterest
2010	Instagram, Quora, Path, Ask.Fm
2009	We7, <b>WhatsApp</b>
2008	Yammer, Soundcloud
2007	Tumblr, Ustream, Last FM, Friendfeed, Gowalla
2006	Twitter, Slideshare, Spotify
2005	YouTube, Bebo, Ning, Reddit
2004	Flickr, Tagged, Yelp, Digg
2003	Facebook, Skype, WordPress, My Space, Delicious, Xing, Second Life
2002	RSS, Meetup, LinkedIn, Friendster, Technorati
2001	Wikipedia, StumbleUpon
2000	Tripadvisor, Friends Reunited
1999	Blogger, Napster, Live Journal
1997	Instant Messenger Chat
1995	Ebay
1966	Email

### E. *WhatsApp*

*WhatsApp* didirikan pada tahun 2009 oleh Jan Koum. Awalnya, Koum menjalin persahabatan dengan Brian Acton dari *Yahoo* yang sebelumnya Koum pernah bekerja di sana. Meninjak sembilan tahun bekerja di *Yahoo*, Koum merasakan ketidaknyamanan dalam pekerjaannya, begitu pula dengan Acton. Namun, keduanya memilih jalan yang berbeda.<sup>38</sup>

Pada tahun 2009, setelah membeli sebuah *iPhone*, Koum mendapat ide untuk membuat aplikasi yang bisa menampilkan *update* status seseorang di daftar kontak ponsel, misalnya ketika hampir kehabisan baterai atau sedang sibuk. Nama yang muncul di benak Koum adalah “*WhatsApp*” karena terdengar mirip dengan kalimat “*whats’up*” yang biasa dipakai untuk menanyakan kabar. Koum mewujudkan ide ini dengan dibantu temannya asal Rusia, Alex Fishman. Pada 24 Februari 2009, dia mendirikan perusahaan *WhatsApp Inc* di California.

Dalam perkembangannya, *WhatsApp* yang dulunya hanya dapat *update status*, Koum secara tidak sengaja menciptakan layanan pengiriman pesan. Ketika itu satu-satunya layanan *messaging* gratis yang memiliki keunikan tersendiri, di mana mekanisme *login* dilakukan melalui nomor ponsel pengguna. Kini, *WhatsApp* telah berkembang menjadi layanan pesan instan terbesar dengan jumlah pengguna aktif per bulan mencapai 450 juta.

---

<sup>38</sup> Tekno.kompas.com/read/2014/02/21/0950207/CEO.WhaatsApp.dari.tukang.sapu.jadi.miliarder, Jumat 20 Januari 2017, pukul 14.00 wib

Setiap hari, sebanyak 18 milyar pesan dikirim melalui jaringannya. Semua itu ditangani dengan jumlah karyawan hanya 50 orang.

#### F. Media Dakwah

Kata media berasal dari bahasa latin, median, yang merupakan bentuk jamak dari medium secara etimologi yang berarti alat perantara. Adapun yang dimaksud dengan media dakwah adalah peralatan yang dipergunakan untuk menyampaikan materi dakwah kepada penerima dakwah. Pada zaman modern seperti sekarang ini, seperti televisi, video, kaset rekaman, majalah, dan surat kabar. Seorang da'i sudah tentu memiliki tujuan yang hendak dicapai, agar mencapai tujuan yang efektif dan efisien, da'i harus mengorganisir komponen-komponen (unsur) dakwah secara baik dan tepat. Salah satu komponen adalah media dakwah.<sup>39</sup>

Menurut penafsiran Moh. Ali Aziz dalam bukunya yang berjudul Ilmu Dakwah, media dakwah berasal dari media persepsi (aneka hati, pengetahuan asumtif, kecerdasan) pasti mengikuti media sensasi. Media sensasi yang paling dominan adalah media auditif dan media visual. Dari hubungan kedua media ini, lahir tiga macam media, yaitu media auditif, media visual, dan media audio visual :<sup>40</sup>

##### 1. Media auditif

---

<sup>39</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2013), h. 113.

<sup>40</sup> Moh. Ali Aziz, *Op.Cit.*, h. 410.

- a. Radio
- b. *Tape Recorder*

## 2. Media Visual

- a. Pers
- b. Majalah
- c. Surat
- d. Poster atau plakat
- e. Buku
- f. Internet
- g. SMS (*Short Message Service*)
- h. Brosur

## 3. Media Audio Visual

- a. Televisi
- b. Film
- c. Sinema Elektronik
- d. Cakram Padat atau CD

## G. Internet dan Media Dakwah

Internet adalah termasuk dalam kategori media visual yang bisa merangkap antara visual dan tulisan yaitu media internet. Dan boleh dibilang, media informasi ini akan mendjadi sebuah komoditi primer dan sumber informasi dari kekuatan tertentu. Internet merupakan jaringan longgar dari

ribuan jaringan komponen yang menjangkau jutaan orang seluruh dunia. Media internet merupakan media yang bisa memuat apa saja dalam kelompok yang lebih luas, tetapi masih terbatas untuk kalangan tertentu. Namun tidak menutup kemungkinan seiring dengan perkembangan zaman dan peradaban manusia, media ini akan menjadi media yang banyak dicari orang karena jaringan informasinya yang lengkap dan tidak terbatas oleh ruang dan waktu.<sup>41</sup>

Dilihat dari penggunaannya, media internet akan menjadi media dakwah yang sangat efektif karena cangkupannya yang luas dan komunikannya heterogen. Artinya tidak mengenal usia, status, asal, dan pendidikan. Selain itu, internet juga merupakan media yang sangat cepat dalam menyampaikan materi dakwah. Apalagi sekarang ini internet telah menjadi media yang paling banyak penggunanya, maka sudah selayaknya internet dianggap sebagai salah satu media yang efektif dalam berdakwah.

#### H. *WhatsApp* dan Media Dakwah

Aplikasi yang dirilis sejak 24 Februari 2009 ini memiliki keunikan tersendiri, di mana mekanisme *login* dilakukan melalui nomor ponsel pengguna. *WhatsApp* memiliki bermacam fitur-fitur untuk mengirim dan menerima berbagai macam media. Seperti teks, foto, video, dokumen, dan lokasi, juga panggilan suara. Pesan dan panggilan ini dienkripsikan *end-to-end*

---

<sup>41</sup> Wahyu Ilaihi, *Op.Cit.*, h. 109.



yang berarti tidak ada pihak ketiga termasuk *WhatsApp* yang dapat membaca pesan atau mendengar panggilan pengguna

Selain itu, *WhatsApp* juga memfasilitasi adanya *chat grup*. Di mana pengguna dapat membagikan pesan, foto, dan video hingga 256 orang sekaligus. Pengguna juga dapat memberi nama grup, membisukan, atau menyesuaikan pemberitahuan dan masih banyak lagi. Hal inilah yang dimanfaatkan oleh anggota Forum kajian islam mahasiswa (Forkisma) untuk menyebarkan ilmu-ilmu agama.

Forkisma terbentuk sejak tahun 2014 ini bermula mengadakan kajian rutin setiap hari kamis pukul 14.00 wib di Masjid Al-Hidayah, jalan Lunjuk Jaya. Untuk menyebarkan ilmu agama secara lebih luas, anggota Forkisma memanfaatkan berbagai media sosial, seperti *Facebook*, *Blackberry Messenger*, *Instagram*, dan *WhatsApp*. Namun, proses interaksi yang paling berdominan yang digunakan adalah *WhatsApp*. Anggota Forkisma membuat dua grup anggota, di mana anggota laki-laki berbeda grup dengan anggota perempuan dan dikelola oleh masing-masing pengurus.

Grup *WhatsApp* Forkisma ini digunakan selain menyebarkan ilmu agama, juga sebagai wadah berdiskusi. Di mana para anggota boleh bertanya sesuatu yang nantinya pengurus akan menghimpun pertanyaan-pertanyaan tersebut, lalu dikonsultasikan kepada ustadz. Tak hanya itu, di dalam grup ini juga disebarkan jadwal kajian yang ada di Palembang.

## I. Teori Media Ekuasi

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Media Equation Theory*. Teori ini pertama kali dikenalkan oleh Byron Reeves dan Clifford Nass pada tahun 1996. Teori Media Ekuasi atau teori persamaan media ini ingin menjawab persoalan mengapa orang-orang secara tidak sadar dan bahkan secara otomatis merespons apa yang dikomunikasikan media seolah-olah (media itu) manusia. Menurut asumsi teori ini, media diibaratkan manusia. Teori ini memperhatikan bahwa media juga bisa diajak berbicara. Media bisa menjadi lawan bicara individu seperti dalam komunikasi interpersonal yang melibatkan dua orang dalam situasi *face to face*.<sup>42</sup>

Sejalan dengan teori ekuasi media ini, media bahkan dianggap seperti kehidupan nyata (*media and real life are the same*). Dengan komputer kita bisa berbuat apa saja, misalnya kita bisa mencari hiburan dengan permainan yang disediakan, kita bisa menjelajah ke seluruh dunia dengan perantara internet, kita bisa berkirin pesan secara cepat melalui *e-mail* teman yang ada di negara lain, dan kita pun bisa menghabiskan waktu berjam-jam untuk mencari kebutuhan kita dengan komputer.<sup>43</sup>

Teori ekuasi media menemukan kebenarannya jika digunakan untuk mengamati aktivitas di dalam perpustakaan. Banyak perpustakaan saat ini memanfaatkan komputer. Suatu fakta yang tidak pernah kita bayangkan sebelumnya. Jika sebelumnya kita mencari katalog secara manual (misalnya

---

<sup>42</sup> Nurudin, *Op.Cit.*, h. 178.

<sup>43</sup> *Ibid*, h. 180.

dengan mencari daftar buku di laci kecil perpustakaan yang berisi daftar singkat mengenai sebuah buku dan jika kita bingung akan bertanya pada petugas perpustakaan), saat ini semua itu sudah diatasi dengan komputer yang disediakan di perpustakaan. Komputer akan menjawab semua persoalan kita yang berhubungan dengan perpustakaan secara umum dan buku yang disediakan secara khusus.<sup>44</sup>

Adapun cara kerja teori di dalam penelitian ini yaitu *whatsApp* dipandang sebagai layaknya manusia, terutama bagi anggota Forkisma. Selain menyiarkan ilmu agama, anggota Forkisma juga dapat berdiskusi, tanya jawab mengenai suatu kasus atau menyebarkan jadwal kajian. Di sini, khususnya dalam kegiatan berdiskusi, para anggota secara tidak langsung berkomunikasi menggunakan *whatsApp* seolah mengobrol langsung antara manusia dan manusia. Hal inilah yang membuat *whatsApp* yang digunakan oleh anggota Forkisma telah menerapkan teori media ekuasi, yang mana maksudnya adalah menganggap media layaknya manusia. Selain itu pada kegiatan tanya jawab pun demikian. Anggota yang bertanya secara tidak sadar memiliki keinginan untuk mengetahui sesuatu dan akan menerima jawaban atas pertanyaan yang dia ajukan.

---

<sup>44</sup> *Ibid*, h. 181.

## **BAB III**

### **DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN**

#### **A. Sejarah Singkat**

Forum kajian islam mahasiswa Palembang atau Forkisma Palembang merupakan forum silaturahmi antar mahasiswa di Palembang sekaligus menjadi sarana menuntut ilmu agama islam. Forkisma terbentuk dari keinginan beberapa mahasiswa Palembang yang ingin mempelajari ilmu agama islam yang benar disamping waktu perkuliahan. Melalui beberapa kegiatan yang diadakan oleh Forkisma Palembang diharapkan Forkisma Palembang dapat menjadi tempat bagi mahasiswa Palembang dan sekitarnya untuk mempelajari ilmu agama islam yang berlandaskan pada nilai-nilai Al-Quran dan Al- Hadits sesuai dengan pemahaman Ahlussunnah Wal Jamaah.<sup>45</sup>

#### **B. Keanggotaan**

Anggota Forkisma Palembang adalah mahasiswa muslim Palembang dan sekitarnya yang mendaftarkan diri dan memenuhi persyaratan organisasi.<sup>46</sup>

#### **C. Alamat Lengkap Lokasi Kajian Forkisma Palembang**

---

<sup>45</sup> [www.ForkismaPalembang.com](http://www.ForkismaPalembang.com), dibuka pada Sabtu, 9 Juni 2017, pukul 09.23 wib.

<sup>46</sup> AD ART Forkisma Palembang, hal. 2.

Lokasi kajian Forkisma Palembang bertempat di Masjid Al-Hidayah, Jalan Lunjuk Jaya, Lorok Pakjo, Ilir Barat I, Kota Palembang, Sumatera Selatan, kode pos 30151.

#### **D. Visi Misi Forkisma Palembang**

**Visi :**<sup>47</sup>

##### **Menjadi Wadah Silaturahmi**

Menjadi wadah silaturahmi antar mahasiswa muslim Palembang dan sekitarnya sekaligus sebagai sarana pembelajaran ilmu agama islam yang berlandaskan pada nilai-nilai Al-Quran dan Al-Hadits.

**Misi :**

##### **1. Menyelenggarakan Kegiatan Islam**

Menyelenggarakan kegiatan pendidikan islam yang berlandaskan nilai-nilai Al-Quran dan Al-Hadits bagi mahasiswa di Palembang dan sekitarnya.

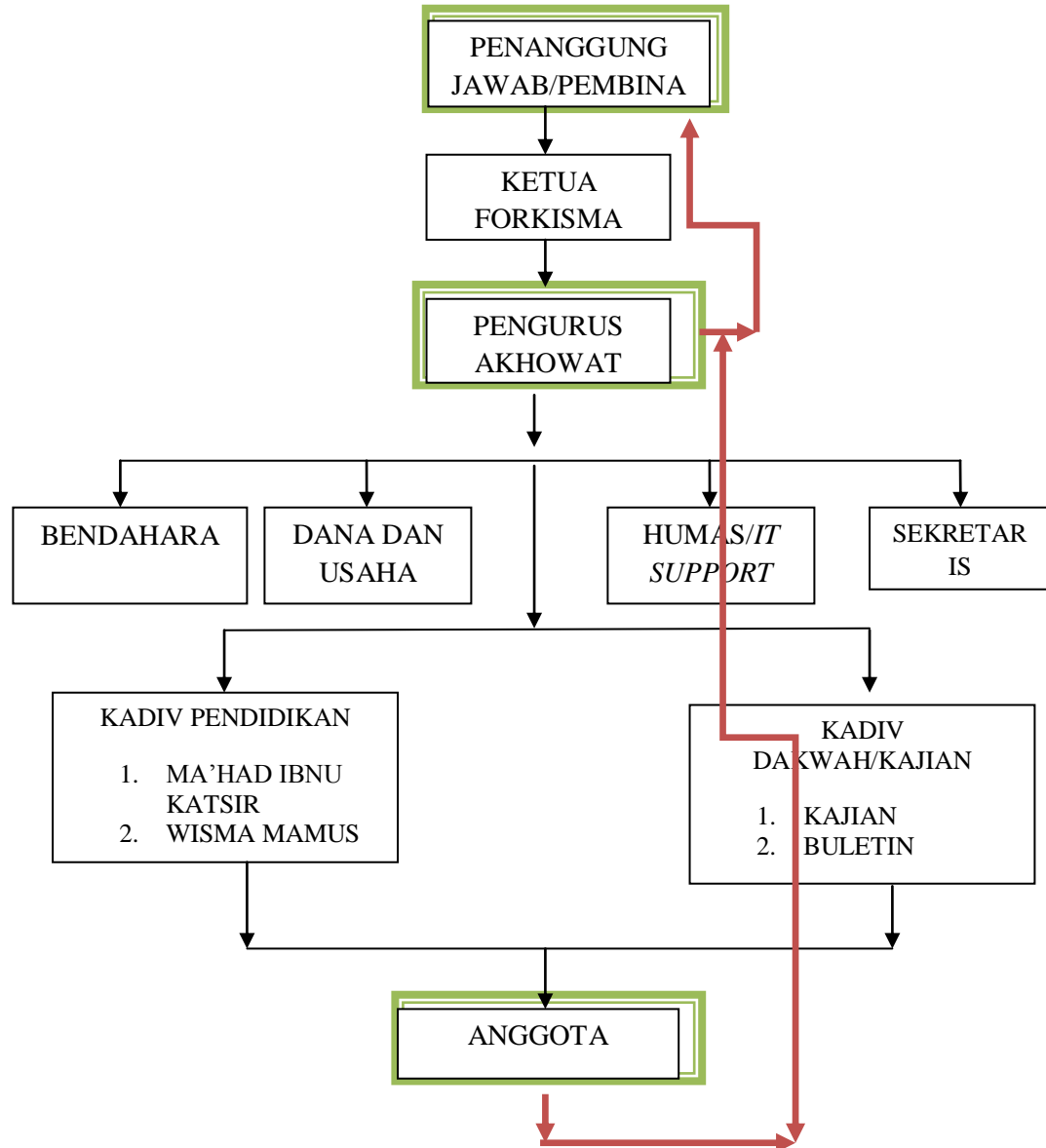
##### **2. Menjalin Komunikasi**

Menjalin hubungan baik dengan penggiat dakwah kampus di Palembang dan Sekitarnya.

---

<sup>47</sup> *Op.cit*, [www.ForkismaPalembang.com](http://www.ForkismaPalembang.com)

### BAGAN STRUKTUR KEPENGURUSAN FORKISMA PALEMBANG



Keterangan Bagan :



= Pihak-pihak yang terhubung dalam pertukaran informasi.



= Alur pertukaran informasi dari pihak penanya hingga ke pihak penjawab.

## Deskripsi Pekerjaan<sup>48</sup>

### ❖ Pembina

- a) Memberikan nasihat, pertimbangan, saran, dan bantuan kemudahan bagi semua pengurus
- b) Mengawasi jalannya organisasi.

### ❖ Ketua FORKISMA

- a) Memimpin FORKISMA
- b) Merencanakan dan mempersiapkan kegiatan yang akan dilakukan
- c) Mengkoordinasikan seluruh pengurus
- d) Memimpin dan mengambil keputusan rapat
- e) Mengingatkan pengurus dengan tugasnya
- f) Mencari dan menghubungi ustadz pemateri dibantu oleh *IT Support*

### ❖ Pengurus Akhwat

- a) Merencanakan, mengatur, dan melaksanakan kegiatan FORKISMA bidang keakhwatan
- b) Membantu kegiatan FORKISMA yang melibatkan akhwat

### ❖ *IT Support*

- a) Mengurus web FORKISMA
- b) Mengurus *Page Facebook, Blackberry Messenger*, dan media sosial FORKISMA lainnya

---

<sup>48</sup> AD-ART FORKISMA PALEMBANG

- c) Membuat pamflet kajian
- d) Mempublikasikan pamflet kajian
- e) Mendokumentasikan kegiatan
- f) Mencari dan menghubungi ustadz pematari

❖ **Bendahara**

- a) Mengatur keuangan FORKISMA
- b) Membuat laporan keuangan setiap bulan

❖ **Dana dan Usaha**

- a) Menghimpun dana untuk kegiatan FORKISMA melalui pembukaan donasi, infaq berjalan, dan iuran wajib anggota
- b) Melakukan kegiatan usaha yang menghasilkan dana untuk kegiatan FORKISMA

❖ **Sekretaris**

- a) Membuat surat-surat yang diperlukan
- b) Mencatat surat masuk-surat keluar
- c) Membuat absensi untuk segala keperluan
- d) Membuat notulen rapat dan mengingatkan pengurus dengan tugasnya
- e) Dalam keadaan darurat, menggantikan tugas ketua untuk sementara

❖ **Divisi Pendidikan**

Merencanakan, mengatur, dan melaksanakan kegiatan pendidikan, seperti Ma'had Ibnu Katsir dan Wisma Mahasiswa Muslim

❖ **Divisi Dakwah**



Merencanakan, mengatur, dan melaksanakan kegiatan dakwah dan/atau kajian meliputi :

- a) Membuat jadwal kajian rutin ataupun dauroh-dauroh
- b) Membuat jadwal pengisi kajian
- c) Mengkoordinasikan kegiatan kajian ikhwan dan akhwat
- d) Membuat buletin Al-‘Ilmu
- e) Mengumumkan kegiatan-kegiatan kajian yang berhubungan dengan dakwah/kajian bekerjasama dengan IT *Support*

### **AD ART FORKISMA PALEMBANG**

#### **ANGGARAN DASAR FORUM KAJIAN ISLAM MAHASISWA**

#### **PALEMBANG**

#### **MUKADIMAH**

Bismillahirrahmanirrahim,

Segala puji hanya bagi Allah, kami memuji-Nya, memohon pertolongan dan ampunan kepada-Nya, kami berlindung kepada Allah dari kejahatan diri-diri kami dan dari kejelekan amal perbuatan kami. Barangsiapa yang Allah beri petunjuk, maka tidak ada yang dapat menyesatkannya dan barang siapa yang Allah sesatkan, maka tidak ada yang dapat memberinya petunjuk.

Kami bersaksi bahwasannya tidak ada Tuhan yang berhak diibadahi dengan benar kecuali Allah semata, tidak ada sekutu bagi-Nya, dan kami bersaksi bahwasannya Nabi Muhammad shallallaahu ‘alaihi was sallam adalah hamba dan Rasul-Nya.

Dengan memohon taufiq dan hidayah Allah subhanahu wata’ala, maka para mahasiswa muslim Palembang bersepakat untuk bersatu dalam suatu wadah pengabdian dengan membentuk Forum Kajian Islam Mahasiswa Palembang.<sup>49</sup>

---

<sup>49</sup> *ibid*, hal. 1

**BAB I**  
**NAMA, TEMPAT, KEDUDUKAN DAN WAKTU**

**Pasal 1**

**Nama Organisasi**

Organisasi ini diberi nama Forum Kajian Islam Mahasiswa Palembang, disingkat

FORKISMA PALEMBANG

**Pasal 2**

**Tempat dan Kedudukan**

FORKISMA PALEMBANG berpusat di Palembang, Indonesia.

**Pasal 3**

**Waktu**

FORKISMA PALEMBANG didirikan pada tanggal 19 Rabiul Awal 1435 Hijriah yang bertepatan dengan 20 Januari 2014 sampai batas waktu yang tidak ditentukan.

**BAB II**

**ASAS DAN TUJUAN**

**Pasal 4**

**Asas**

FORKISMA PALEMBANG berasaskan Al-Qur'an dan As-Sunnah diatas pemahaman salafushalih.

## Pasal 5

### Tujuan

FORKISMA PALEMBANG bertujuan mewadahi mahasiswa muslim Palembang dan sekitarnya untuk bersilaturahmi sekaligus menghasilkan mahasiswa muslim yang bertaqwa yang memiliki aqidah benar, berakhlak mulia, bermanfaat bagi agama, masyarakat, bangsa dan negara.

## ANGGARAN RUMAH TANGGA

### FORUM KAJIAN ISLAM MAHASISWA PALEMBANG

## BAB I

### LAMBANG

#### Pasal 1

Lambang organisasi FORKISMA PALEMBANG sebagai berikut :



Makna Logo :

Ampera = Melambangkan lokasi Forkisma yang berada di kota Palembang.

Buku = Melambangkan bahwa majelis ilmu ibarat sebuah buku sebagai sumber ilmu.

Makna tulisan = Berilmu dulu sebelum berkata dan beramal merupakan motto organisasi.

Biru = Melambangkan ketenangan dalam menuntut ilmu agama di majelis ilmu.

## **BAB II**

### **KEANGGOTAAN**

#### **Pasal 2**

Anggota FORKISMA PALEMBANG adalah mahasiswa muslim Palembang dan sekitarnya yang mendaftarkan diri dan memenuhi persyaratan organisasi.

#### **Pasal 3**

#### **Hak dan Kewajiban**

Setiap anggota FORKISMA PALEMBANG:

1. Berkewajiban mentaati Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga (AD/ART) dan peraturan tentang organisasi sosial umumnya.
2. Berkewajiban memelihara dan menjaga nama baik organisasi.
3. Berhak untuk mengikuti seluruh kegiatan FORKISMA PALEMBANG.
4. Berhak untuk menyampaikan pendapat, usulan, dan saran dalam musyawarah dan pertemuan FORKISMA PALEMBANG.
5. Berhak untuk memilih dan dipilih sebagai pengurus organisasi.

#### **Pasal 4**

#### **Persyaratan Penerimaan Anggota**

Yang dapat diterima menjadi anggota adalah :

1. Warga negara Republik Indonesia yang beragama islam.

2. Menyetujui Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga serta peraturan organisasi
3. Berstatus sebagai mahasiswa Palembang dan sekitarnya.
4. Mendaftarkan diri secara tertulis disertai rekomendasi sekurang-kurangnya dari 3 (tiga) anggota FORKISMA PALEMBANG.

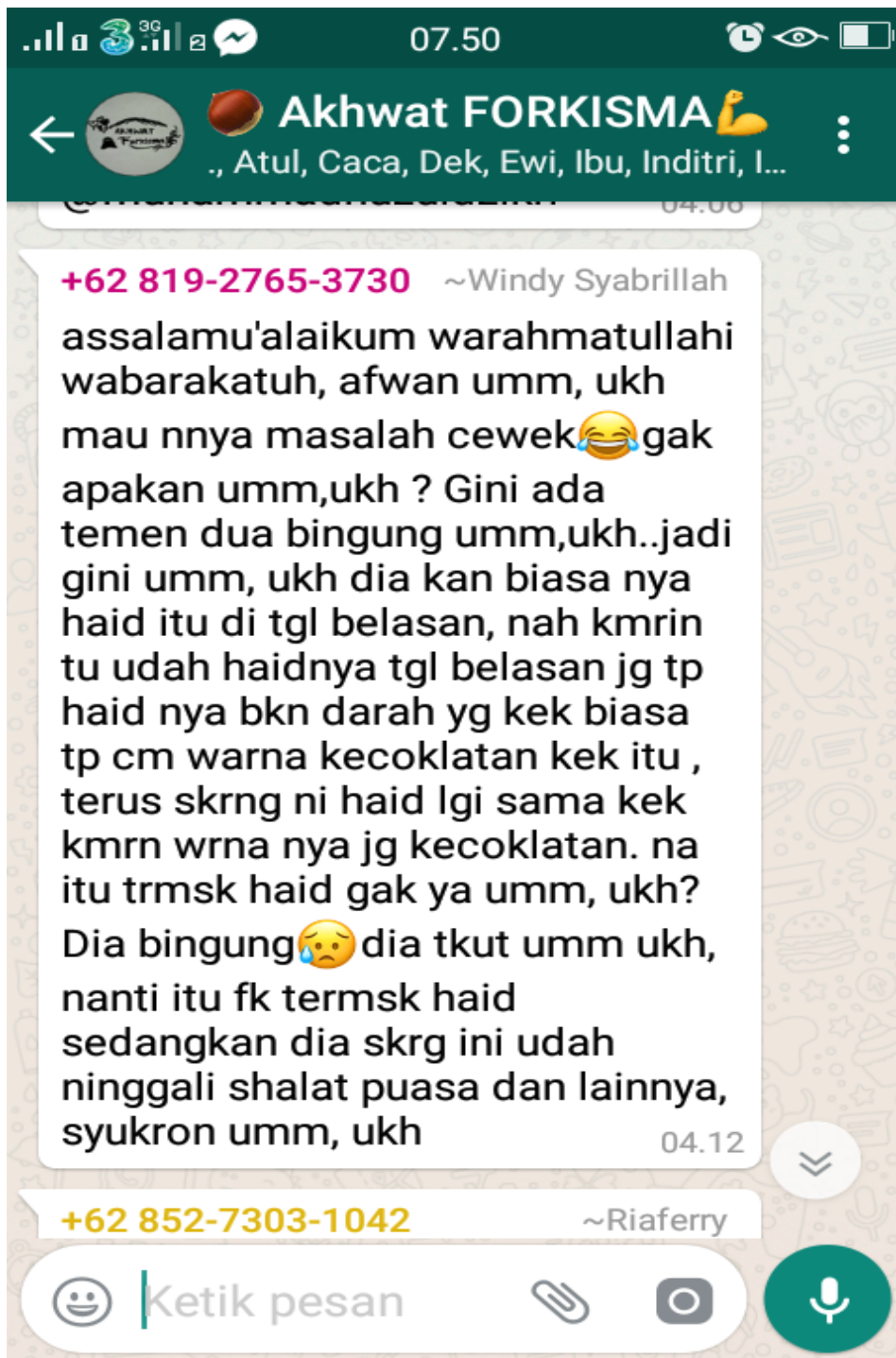
## **Pasal 5**

### **Masa Keanggotaan**

Masa keanggotaan FORKISMA PALEMBANG berakhir apabila:

1. Meninggal dunia.
2. Atas permintaan sendiri.
3. Tidak lagi memenuhi syarat-syarat keanggotaan.
4. Diberhentikan baik secara terhormat maupun tidak terhormat.
5. Bentuk dan tata cara pemberhentian akan diatur didalam peraturan organisasi.

Contoh aktivitas grup akhowat Forkisma :



07.50

**Akhwat FORKISMA**  
., Atul, Caca, Dek, Ewi, Ibu, Inditri, I...

### Mbak Vivi

Saudaraku muslimah ... engkau tentu mengetahui bahwa darah normal yang keluar dari seorang wanita terbagi menjadi tiga macam:

1. Darah haidh
2. Darah nifas
3. Darah istihadah

**Darah Haidh<sup>187</sup>**

Darah haidh adalah darah berwarna hitam pekat dan berbau tidak sedap yang keluar dari seorang wanita, dari tempat khusus dan pada waktu-waktu tertentu.

Haidh adalah sesuatu yang telah Allah tetapkan untuk setiap wanita. Rasulullah ﷺ bersabda kepada 'Aisyah sebagaimana tercantum dalam ash-Shahihain:

إِنَّ هَذَا أَمْرٌ كَتَبَهُ اللَّهُ عَلَىٰ بَنَاتِ آدَمَ ...

"Sesungguhnya ini (haidh) adalah perkara yang telah Allah tetapkan untuk kaum wanita."<sup>188</sup>

Peristiwa haidh pertama kali dialami oleh Hawwa رَحْمَةُ اللَّهِ عَلَيْهَا (isteri Nabi Adam رَحْمَةُ اللَّهِ عَلَيْهِ). Al Hafiz menyandarkan sebuah riwayat dalam Fathul Bari (1/400) kepada al-Hakim dan Ibnu Mardzih dengan sanad yang shahih, dari Ibnu 'Abbas, ia berkata, "Sesungguhnya haidh pertama kali dialami oleh Hawwa setelah ia diturunkan dari surga."

Tidak ada batasan minimal dan maksimal untuk haidh. Batas waktunya dikembalikan kepada kebiasaan masing-masing karena tidak adanya dalil

<sup>187</sup> HR. Abu Dawud (no. 334), an-Nasa'i (1/233), dishahihkan oleh Syaikh Al-Ahmad. Haidh ini dianggap cacat karena normal.

<sup>188</sup> Nama lain dari haidh adalah ath-thamr, al-thak, ath-thabi, al-thar dan al-thayyibah (al-Mahadzah: 1/341).

<sup>189</sup> HR. Al-Bukhari (no. 294), Muslim (no. 1211).

04.43

### Mbak Vivi

Syaikh Islam Ibnu Taimiyah berkata di dalam al-Fatawa (2/162):

"Orang-orang yang mengatakan bahwa batas maksimal haidh adalah 15 hari dan batas minimalnya adalah 1 hari—seperti yang diungkapkan oleh an-Nawawi dan Ahmad—atau tidak adanya batasan waktu sama sekali—seperti yang diungkapkan oleh Maliki—maka mereka semua mengatakan, seperti yang diungkapkan oleh Maliki—maka mereka semua mengatakan, Tidak ada dalil yang shahih dari Nabi ﷺ, atau dari para sahabat. Batasan waktunya dikembalikan pada kebiasaan masing-masing," seperti yang telah kami sebutkan. Wallahu a'lam."<sup>189</sup>

**Pemulaan dan Masa Berakhirnya Haidh<sup>190</sup>**

1. Pemulaan haidh dapat diketahui dengan keluarnya darah pada waktu yang telah diperkirakan (waktu haidh). Darah yang dimaksud adalah darah yang berwarna hitam pekat dan berbau tidak sedap.
2. Berakhirnya haidh dapat diketahui dengan berhentinya darah, cairan kuning-kuningan dan yang berwarna keruh. Hal ini dapat diketahui dengan dua cara berikut:
  - a. Kondisi kering

Manakala sesuatu yang digunakan untuk menutup rahim keluar dengan kondisi kering. Maludnya, jika perempuan yang sedang haidh meletakkan pembalut (sepotong kain) di kemaluannya dan setelah diambil dan diperiksa ternyata membalutnya tetap kering.

Ketik pesan



07.50

**Akhwat FORKISMA** 🍌  
 ., Atul, Caca, Dek, Ewi, Ibu, Inditri, I...

04.43

**Mbak Vivi**

**+62 852-7303-1042**

Setau sy ukht batas max haid itu 15hr.jd jika kurang dr itu msh dlm kategori haid...tp klo lebih dr 15 hr...

Haid tidak ada batas maksimal ukhti, dikembalikan ke kebiasaan, berapa hr biasanya darahnya keluar

04.46

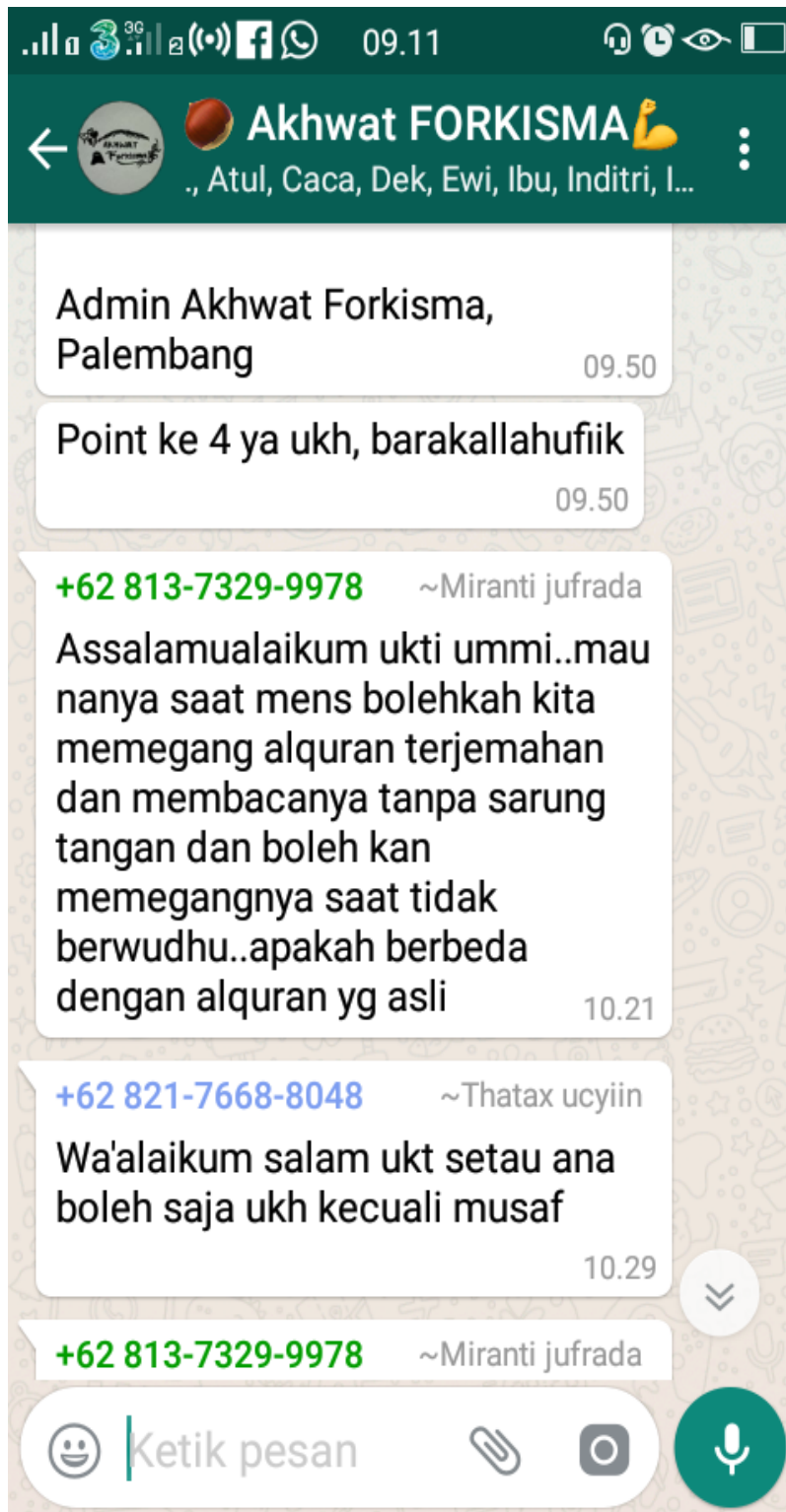
**Mbak Vivi**

**Darah Istihadah**

Istihadah adalah keluarnya darah tidak pada waktu haid dan nifas, atau darah yang keluar setelah keluarnya. Darah ini bukan darah yang biasa

04.47

Ketik pesan



09.12

**Akhwat FORKISMA**  
., Atul, Caca, Dek, Ewi, Ibu, Inditri, I...

**Uci**

**Solusi bagi Wanita Haidh Supaya Bisa Membaca Al Quran |**  
Bulan Ramadhan adalah kesempata...  
muslimah.or.id

1- Membaca mushaf saat haidh namun tidak menyentuh secara langsung

Membaca masih dibolehkan bagi wanita yang berhadats. Yang tidak dibolehkan adalah menyentuh langsung saat berhadats.

Dalil yang menunjukkan larangan untuk menyentuhnya adalah ayat,

لَا يَمَسُّهُ إِلَّا الْمُطَهَّرُونَ

“Tidak menyentuhnya kecuali orang-orang yang disucikan” (QS.

Ketik pesan

09.12

**Akhwat FORKISMA**

Atul, Caca, Dek, Ewi, Ibu, Inditri, I...

Al waqrah. 79)

Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam  
bersabda,

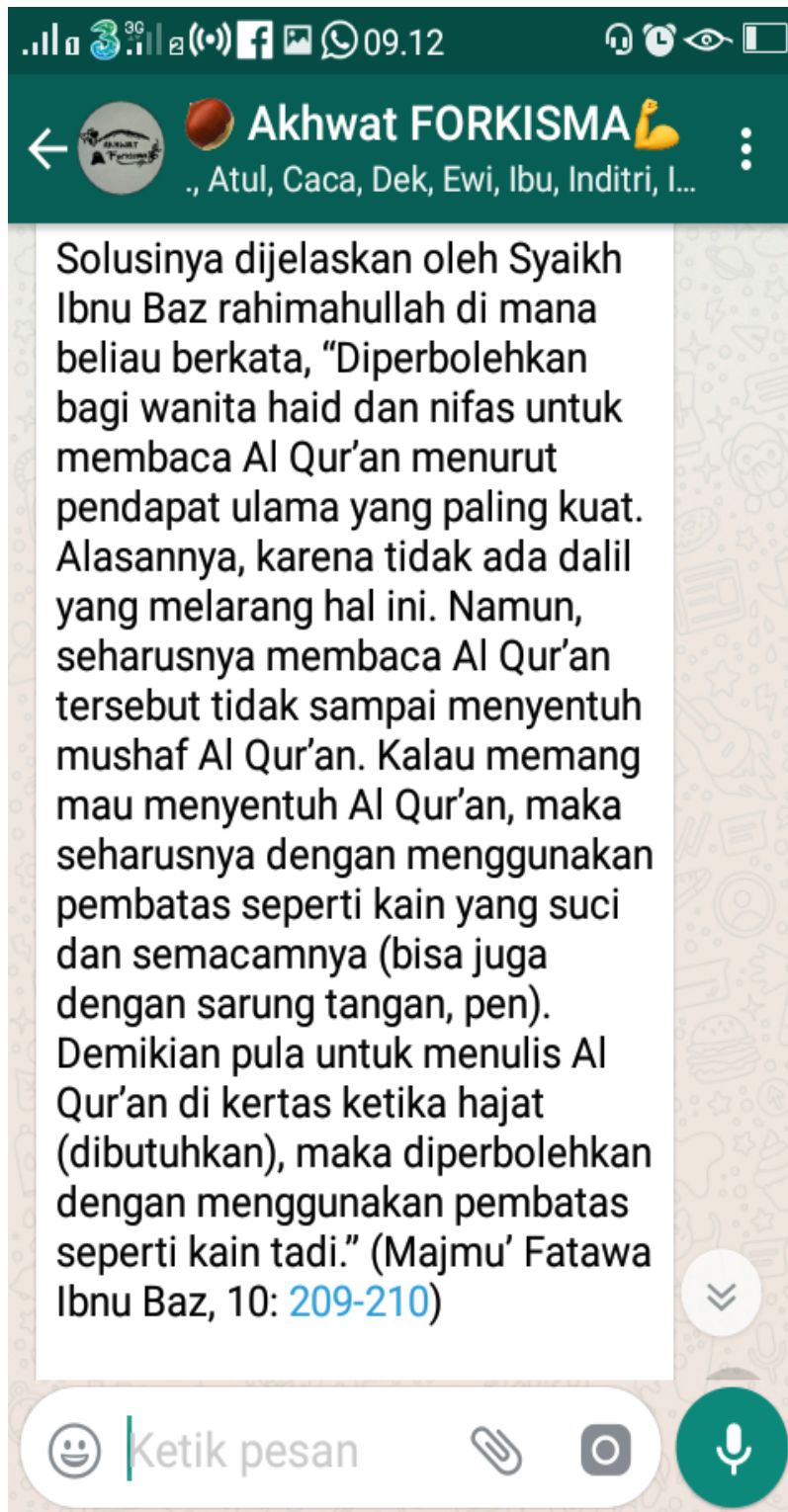
لَا تَمْسُ الْقُرْآنَ إِلَّا وَأَنْتَ ظَاهِرٌ

“Tidak boleh menyentuh Al Qur’an kecuali engkau dalam keadaan suci.” (HR. Al Hakim dalam Al Mustadroknnya, beliau mengatakan bahwa sanad hadits ini shahih). Dalam keadaan suci di sini bisa berarti suci dari hadats besar dan hadats kecil. Haidh dan nifas termasuk dalam hadats besar.

Jika dilarang menyentuh Al Quran dalam keadaan haidh, lalu bagaimana dengan membaca?

Solusinya dijelaskan oleh Syaikh Ibnu Baz rahimahullah di mana

Ketik pesan



## BAB IV

### LAPORAN PENELITIAN

#### A. Tahapan Penelitian

Adapun tahapan-tahapan penelitian sebagai berikut :

1. Menguji validitas dan reliabilitas dari kuesioner yang diolah dengan menggunakan SPSS versi 22.
2. Menganalisis perindikator, pada variable X dan Y.
3. Melakukan uji hipotesis statistik dengan rumus regresi linier sederhana dan membahas hasil yang diperoleh.

##### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

###### a. Uji Validitas Variabel

Pada penelitian ini penulis memiliki 21 item. Dimana 10 item untuk variabel *WhatsApp* (X) dan 11 item untuk variabel efektivitas sebagai media dakwah (Y). Untuk mengetahui valid atau tidaknya item bisa dilihat pada *corred item total correlation* jika item  $< r$  tabel maka item dinyatakan tidak valid, sedangkan item  $> r$  tabel , maka dinyatakan valid. Uji validitas ini menggunakan r tabel *product moment* dengan taraf signifikan sebesar 0,05 dengan rumus *degree of freedom* yaitu  $df = n$  (jumlah sampel)-2,<sup>50</sup> maka  $df = 31-2 = 29$  sehingga r tabel 0,355. Berikut hasil uji validitas:

---

<sup>50</sup>Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011), Cet Ke-2, h.164.

**Tabel.1****Uji Validitas Variabel X (*WhatsApp*)**

Item	Corrected Item -Total Correlation	R Tabel	Keterangan
Item 1	.424	0,355	Valid
Item 2	.438	0,355	Valid
Item 3	.657	0,355	Valid
Item 4	.376	0,355	Valid
Item 5	.438	0,355	Valid
Item 6	.454	0,355	Valid
Item 7	.693	0,355	Valid
Item 8	.515	0,355	Valid
Item 9	.478	0,355	Valid
Item 10	.591	0,355	Valid

**Diolah Juli 2017**

**Tabel.2****Uji Validitas Variabel Y (Efektivitas Media Dakwah)**

Item	Corrected Item- TotalCorrelation	R Tabel	Keterangan
Item 1	.480	0,355	Valid
Item 2	.428	0,355	Valid
Item 3	.428	0,355	Valid
Item 4	.402	0,355	Valid
Item 5	.454	0,355	Valid
Item 6	.492	0,355	Valid
Item 7	.434	0,355	Valid
Item 8	.395	0,355	Valid
Item 9	.405	0,355	Valid
Item 10	.456	0,355	Valid
Item 11	.370	0,355	Valid

**Diolah Juli 2017**

Berdasarkan data pada tabel 2 dan tabel 3 dapat dilihat bahwa semua nilai pada *corred item total correlation* lebih besar dari r tabel, maka dapat disimpulkan



instrumen variabel X dan variabel Y dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam kuesioner.

### b. Uji Reabilitas

Pada penelitian ini setelah melakukan uji validitas, selanjutnya menguji reabilitas variabel *whatsapp* (X) dan efektivitas media dakwah dengan menggunakan SPSS versi 22 dan rumus *Cronbach's Alpha*, jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 maka variabel tersebut dinyatakan reliabel dan memenuhi syarat sebagai alat ukur pengambilan data penelitian, sebaliknya jika *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0,60 maka variabel tersebut tidak dapat digunakan. Berikut hasil uji reabilitas:

**Tabel 3. Hasil Uji Reabilitas**

Variabel	Item Pertanyaan	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>WhatsApp</i> (X)	10 pertanyaan	.817	Valid
Efektivitas sebagai Media Dakwah (Y)	11 pertanyaan	.777	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah, Juli 2017.

Berdasarkan dari tabel 3, maka dapat disimpulkan variabel X dan variabel Y memenuhi syarat sebagai alat ukur untuk pengambilan data dalam penelitian karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60.

## 2. Menganalisis Perindikator, Perdimensi Serta Pervariabel X dan Y

Pada penelitian ini, variabel X (*WhatsApp*) terdapat 4 dimensi yang diantaranya adalah dimensi informasi memiliki 3 indikator, dimensi pendidikan memiliki 2 indikator, dimensi persuasi memiliki 3 indikator, dimensi hiburan memiliki 2 indikator,. Variabel Y yaitu dimensi kognitif memiliki 3 indikator , dimensi afektif memiliki 4 indikator, dimensi behaviorial memiliki 4 indikator. Semua dimensi masing-masing memiliki perbedaan indikator-indikator pertanyaan sehingga berjumlah 21 indikator pertanyaan yang telah dijawab oleh responden. . Jawaban pertanyaan dari responden tersebut ditunjukkan pada tabel-tabel berikut.

### 1. Indikator *WhatsApp* (X)

#### a. Dimensi Informasi

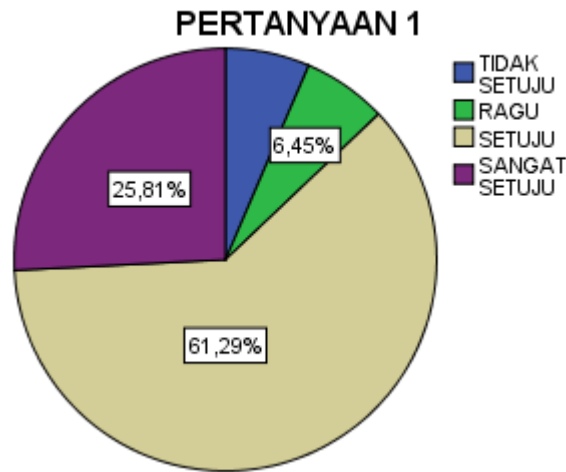
1. Ilmu atau materi dakwah tersampaikan dengan baik

**Tabel. 4 Persentase Jawaban Responden X1**

	Frequency	Percent
Sangat tidak setuju	0	0%
Tidak setuju	2	6.5%
Valid Ragu-ragu	2	6.5%
Setuju	19	61.3%
Sangat setuju	8	25.8%

Total	31	100.0%
-------	----	--------

Sumber: Data Primer yang Diolah, Juli 2017.



Gambar 1 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 1

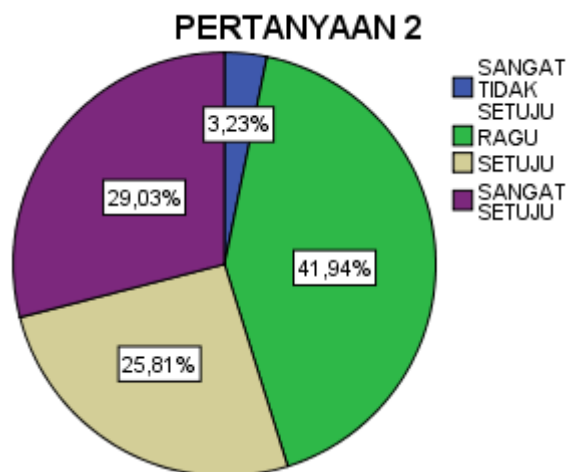
Dapat diketahui pada tabel 4 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pertanyaan no.1 menunjukkan 8 (25,8%) responden menyatakan sangat setuju (5), 19 (61,3%) responden menyatakan setuju (4), 2 (6,5%) responden menjawab ragu-ragu (3), 2 (6,5 %) responden menjawab tidak setuju dan, 0, (0%) responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pertanyaan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 87,1%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pertanyaan menunjukkan responden melalui *whatsapp* ilmu dakwah dapat tersampaikan dengan baik .

2. Materinya lebih mudah dipahami

**Tabel. 5 Persentase Jawaban Responden X2**

	Frequency	Percent
Sangat tidak setuju	1	3.2%
Tidak setuju	0	0%
Valid Ragu-ragu	13	41.9%
Setuju	8	25.8%
Sangat setuju	9	29.0%
Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Juli 2017.



Gambar 2 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 2

Dapat diketahui pada tabel 5 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pertanyaan no.2 menunjukkan 9 (29.0%) responden menyatakan sangat setuju (5), 8 (25,8%) responden menyatakan setuju (4), 13 (41,9%) responden menjawab ragu-ragu (3), 0 (0 %), responden menjawab tidak setuju, dan 1 (3,2%) responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pertanyaan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 54,8%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pertanyaan menunjukkan responden menyatakan bahwa materi yang tersampaikan melalui *whatsapp* menjadi lebih mudah dipahami.

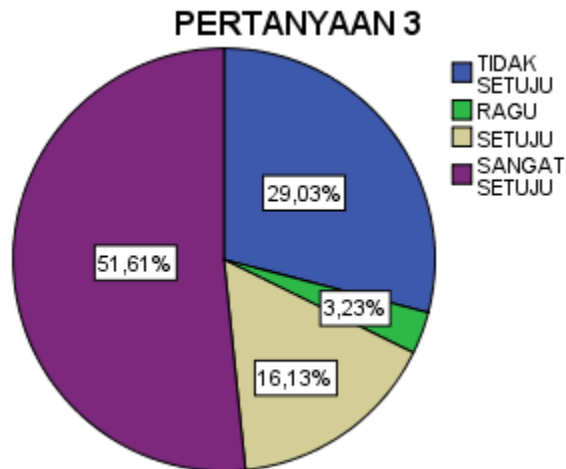
### 3. Bahasa yang digunakan ringan

**Tabel. 6 Persentase Jawaban Responden X3**

	Frequency	Percent
Sangat tidak setuju	0	0%
Tidak setuju	9	29.0%
Valid Ragu-ragu	1	3.2%
Setuju	5	16.1%

Sangat setuju	16	51.6%
Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Juli 2017.



. Gambar 3 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 3

Dapat diketahui pada tabel 6 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pertanyaan no.3 menunjukkan 16 (51,6%) responden menyatakan sangat setuju (5), 5 (16,1%) responden menyatakan setuju (4), 1 (3,2%) responden menjawab ragu-ragu (3), 9 (29.0 %) , responden menjawab tidak setuju, dan 0 (0%) responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pertanyaan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 67,7%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi

pertanyaan menunjukkan responden menyatakan bahwa bahasa yang digunakan dalam menyampaikan materi dakwah melalui *whatsapp* ringan

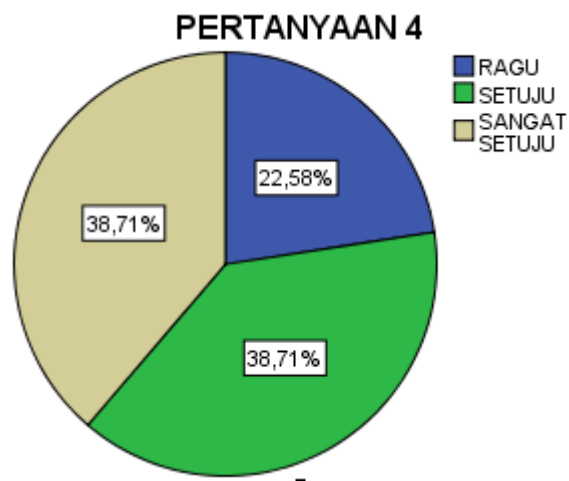
**b. Dimensi Pendidikan**

1. Meningkatkan pengetahuan tentang hukum-hukum terhadap suatu perkara

**Tabel. 7 Persentase Jawaban Responden X4**

	Frequency	Percent
Sangat tidak setuju	0	0%
Tidak setuju	0	0%
Valid Ragu-ragu	7	22.6%
Setuju	12	38.7%
Sangat setuju	12	38.7%
Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Juli 2017.



Gambar 4 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 4

Dapat diketahui pada tabel 7 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pertanyaan no.7 menunjukkan 12 (38,7%) responden menyatakan sangat setuju (5), 12 (38,7%) responden menyatakan setuju (4), 7 (22,6%) responden menjawab ragu-ragu (3), 0 (0 %) responden menjawab tidak setuju, dan 0 (0%) responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pertanyaan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 77,4%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pertanyaan menunjukkan responden menyatakan bahwamateri dakwah yang disampaikan melalui *whatsapp* dapat meningkatkan pengetahuan tentang hukum-hukum terhadap suatu perkara

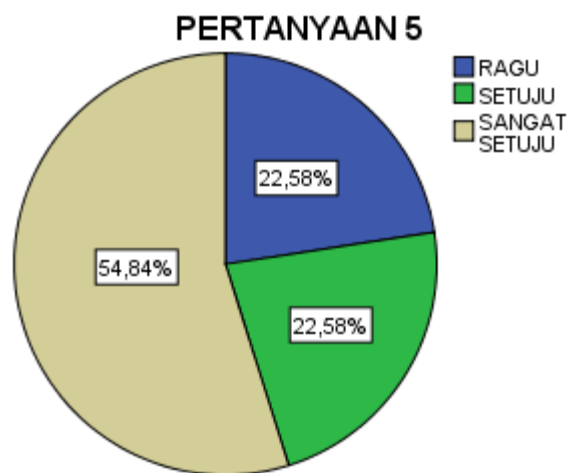
## 2. Menambah wawasan tentang tokoh-tokoh islam

**Tabel. 8 Persentase Jawaban Responden X5**



	Frequency	Percent
Sangat tidak setuju	0	0%
Tidak setuju	0	0%
Valid Ragu-ragu	7	22.6%
Setuju	7	22.6%
Sangat setuju	17	54.8%
Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Juli 2017



Gambar 5 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 5

Dapat diketahui pada tabel 8 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pertanyaan no.8 menunjukkan 17 (54,8%) responden menyatakan sangat setuju (5), 7 (22,6%) responden menyatakan setuju

(4), 7 (22,6%) responden menjawab ragu-ragu (3), 0 (0 %), responden menjawab tidak setuju, dan 0 (0%) responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pertanyaan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 77,4%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pertanyaan menunjukkan responden menyatakan bahwamateri dakwah yang disampaikan melalui *whatsapp* dapat meningkatkan pengetahuan tentang tokoh-tokoh islam.

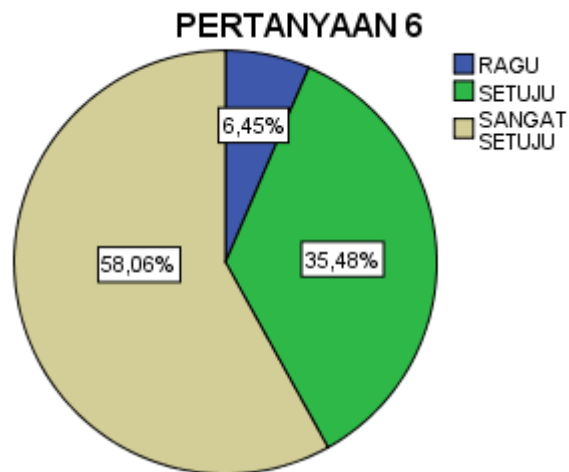
**c. Dimensi Persuasi**

1. Menjadi lebih semangat menuntut ilmu agama

**Tabel. 9 Persentase Jawaban Responden X6**

	Frequency	Percent
Sangat tidak setuju	0	0%
Tidak setuju	0	0%
Valid Ragu-ragu	2	6.5%
Setuju	11	35.5%
Sangat setuju	18	58.1%
Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Juli 2017



Gambar 6 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 6

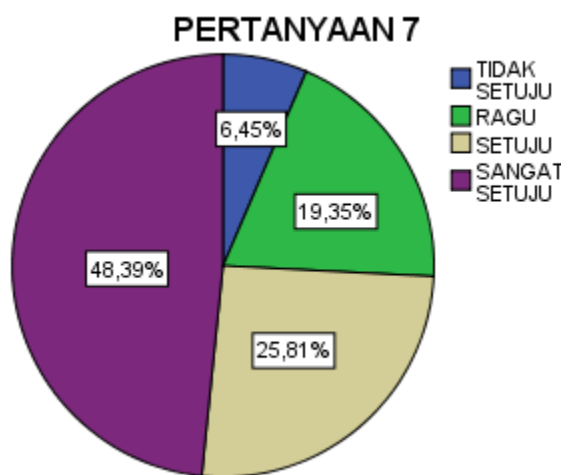
Dapat diketahui pada tabel 9 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pertanyaan no.9 menunjukkan 18 (58,1%) responden menyatakan sangat setuju (5), 11 (35,5%) responden menyatakan setuju (4), 2 (6,5%) responden menjawab ragu-ragu (3), 0 (0%), responden menjawab tidak setuju, dan 0 (0%) responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pertanyaan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 93,6%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pertanyaan menunjukkan responden menyatakan bahwa dengan tersampainya materi tentang dakwah melalui *whatsapp* dapat memberi semangat dalam menuntut ilmu agama.

## 2. Bertumbuhnya semangat dalam berdakwah

**Tabel. 10 Persentase Jawaban Responden X7**

	Frequency	Percent
Sangat tidak setuju	0	0%
Tidak setuju	2	6.5%
Valid Ragu-ragu	6	19.4%
Setuju	8	25.8%
Sangat setuju	15	48.4%
Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Juli 2017



Gambar 7 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 7

Dapat diketahui pada tabel 10 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pertanyaan no.10 menunjukkan 15 (48,4%) responden menyatakan sangat setuju (5), 8 (25,8%) responden menyatakan setuju (4), 6 (19,4%) responden menjawab ragu-ragu (3), 2 (6,5%), responden menjawab

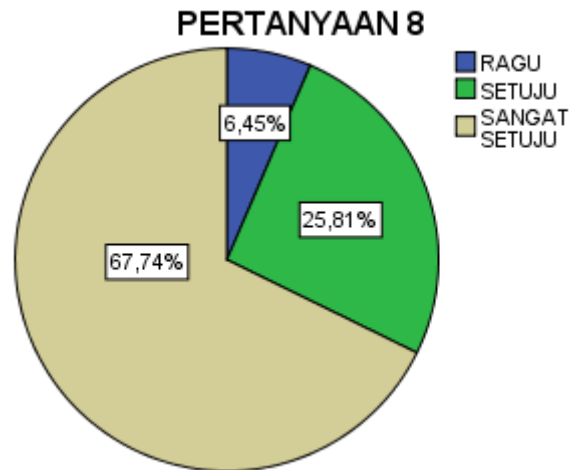
tidak setuju, dan 0 (0%) responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pertanyaan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 74,2%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pertanyaan menunjukkan responden menyatakan bahwa dengan tersampainya materi tentang dakwah melalui *whatsapp* dapat memberi semangat dalam berdakwah.

3. Semangat mengajak umat muslim untuk menuntut ilmu agama

**Tabel. 11 Persentase Jawaban Responden X8**

	Frequency	Percent
Sangat tidak setuju	0	0%
Tidak setuju	0	0%
Valid Ragu-ragu	2	6.5%
Setuju	8	25.8%
Sangat setuju	21	67.7%
Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Juli 2017



Gambar 8 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 8

Dapat diketahui pada tabel 11 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pertanyaan no.11 menunjukkan 21 (67,7%) responden menyatakan sangat setuju (5), 8 (25,8%) responden menyatakan setuju (4), 2 (6,5%) responden menjawab ragu-ragu (3), 0 (0%), responden menjawab tidak setuju, dan 0 (0%) responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pertanyaan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 93,5%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pertanyaan menunjukkan responden menyatakan bahwa dengan tersampainya materi tentang dakwah melalui *whatsapp* dapat memberi semangat dalam mengajak umat muslim untuk menuntut ilmu agama.

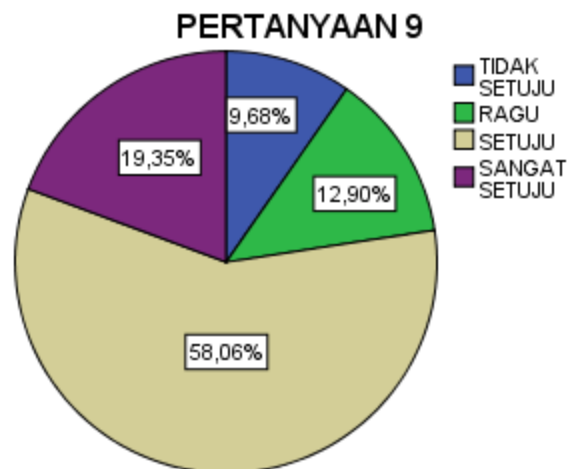
#### **d. Dimensi Hiburan**

1. Mengisi waktu luang dengan mempelajari ilmu agama

**Tabel. 12 Persentase Jawaban Responden X9**

	Frequency	Percent
Sangat tidak setuju	0	0%
Tidak setuju	3	9.7%
Valid Ragu-ragu	4	12.9%
Setuju	18	58.1%
Sangat setuju	6	19.4%
Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Juli 2017



Gambar 9 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 9

Dapat diketahui pada tabel 12 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pertanyaan no.12 menunjukkan 6 (19,4%)

responden menyatakan sangat setuju (5), 18 (58,1%) responden menyatakan setuju (4), 4 (12,9%) responden menjawab ragu-ragu (3), 3 (9,7%), responden menjawab tidak setuju, dan 0 (0%) responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pertanyaan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 77,5%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pertanyaan menunjukkan responden menyatakan bahwa adanya materi dakwah yang disampaikan melalui *whatsapp* dapat mengisi waktu luang dengan mempelajari ilmu agama.

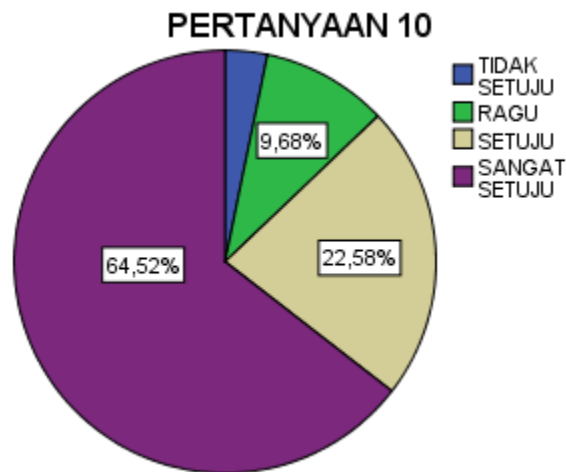
2. Mendapat teman lebih banyak lagi

**Tabel. 13 Persentase Jawaban Responden X10**

	Frequency	Percent
Sangat tidak setuju	0	0%
Tidak setuju	1	3.2%
Valid Ragu-ragu	3	9.7%
Setuju	7	22.6%
Sangat setuju	20	64.5%
Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Juli 2017





Gambar 10 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 10

Dapat diketahui pada tabel 13 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pertanyaan no.13 menunjukkan 20 (64,5%) responden menyatakan sangat setuju (5), 7 (22,6%) responden menyatakan setuju (4), 3 (9,7%) responden menjawab ragu-ragu (3), 1 (3,2%), responden menjawab tidak setuju, dan 0 (0%) responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pertanyaan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 87,1%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pertanyaan menunjukkan responden menyatakan bahwa adanya materi dakwah yang disampaikan melalui *whatsapp* dapat menambah teman lebih banyak lagi.

## **2.Indikator Efektivitas Media Dakwah**

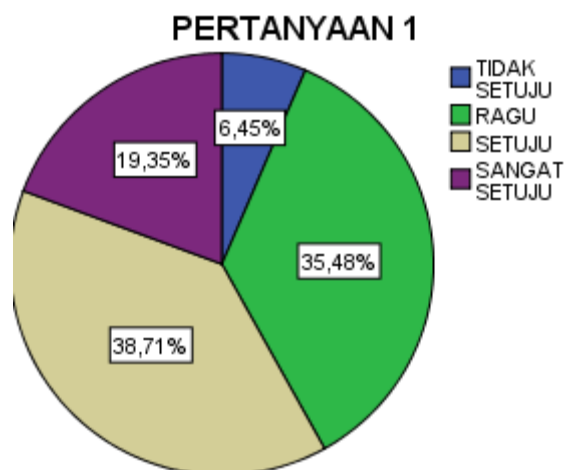
### **a. Dimensi Kognitif**

## 1. Mengetahui materi dakwah secara lebih luas

**Tabel. 14 Persentase Jawaban Responden Y1**

	Frequency	Percent
Sangat tidak setuju	0	0%
Tidak setuju	2	6,5%
Valid Ragu-ragu	11	35,5%
Setuju	12	38,7%
Sangat setuju	6	19,4%
Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Juli 2017



Gambar 11 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 1

Dapat diketahui pada tabel 14 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pertanyaan no.1 menunjukkan 6 (19,4%) responden menyatakan sangat setuju (5), 12 (38,7%) responden menyatakan setuju (4), 11 (35,5%) responden menjawab ragu-ragu (3), 2 (6,5%), responden menjawab tidak setuju, dan 0 (0%) responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pertanyaan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 58,1%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pertanyaan menunjukkan responden menyatakan bahwa adanya materi dakwah yang disampaikan melalui *whatsapp* dapat menambah ilmu dakwah secara lebih luas.

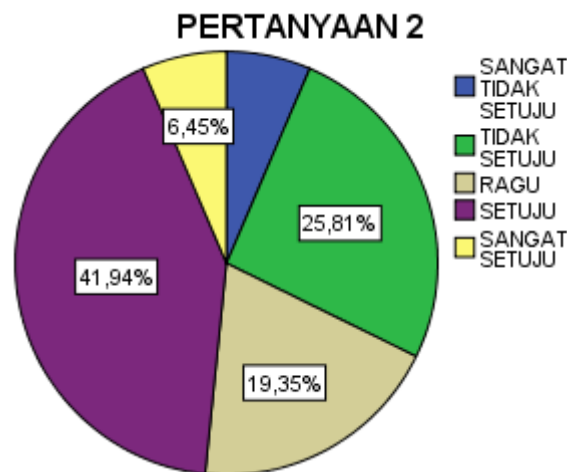
2.Mengetahui hukum-hukum, adab, dan aqidah yang sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan hadis rasulullah.

**Tabel. 15 Persentase Jawaban Responden Y2**

	Frequency	Percent
Sangat tidak setuju	2	6,5%
Tidak setuju	8	25,8%
Valid Ragu-ragu	6	19,4%

Setuju	13	41,9%
Sangat setuju	2	6,5%
Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Juli 2017



Gambar 12 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 2

Dapat diketahui pada tabel 15 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pertanyaan no.2 menunjukkan 2 (6,5%) responden menyatakan sangat setuju (5), 13 (41,9%) responden menyatakan setuju (4), 6 (19,4%) responden menjawab ragu-ragu (3), 8 (25,8%), responden menjawab tidak setuju, dan 2 (6,5%) responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pertanyaan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 48,4%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pertanyaan menunjukkan responden menyatakan bahwa adanya materi dakwah yang

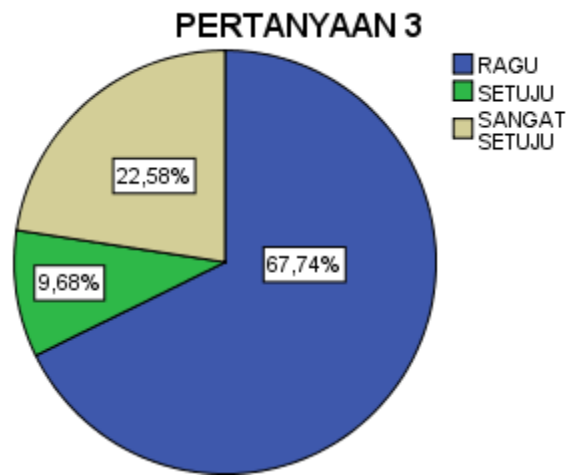
disampaikan melalui *whatsapp* dapat mengetahui hukum-hukum, adab, dan aqidah yang sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan hadis Rasulullah.

3. Mengetahui perkara-perkara dalam kehidupan sehari-hari sesuai tuntutan agama Islam

**Tabel. 16 Persentase Jawaban Responden Y3**

	Frequency	Percent
Sangat tidak setuju	0	0%
Tidak setuju	0	0%
Valid Ragu-ragu	21	67,7%
Setuju	3	9,7%
Sangat setuju	7	22,6%
Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Juli 2017



Gambar 13 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 3

.,Dapat diketahui pada tabel 16 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pertanyaan no.3 menunjukkan 7 (22,6%) responden menyatakan sangat setuju (5), 3 (9,7%) responden menyatakan setuju (4), 21 (67,7%) responden menjawab ragu-ragu (3), 0 (0%), responden menjawab tidak setuju, dan 0 (0%) responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pertanyaan keraguan karena jawaban ragu mencapai 67,7%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pertanyaan menunjukkan responden menyatakan bahwa adanya materi dakwah yang disampaikan melalui *whatsapp* dapat mengetahui perkara-perkara dalam kehidupan sehari-hari sesuai tuntutan agama islam.

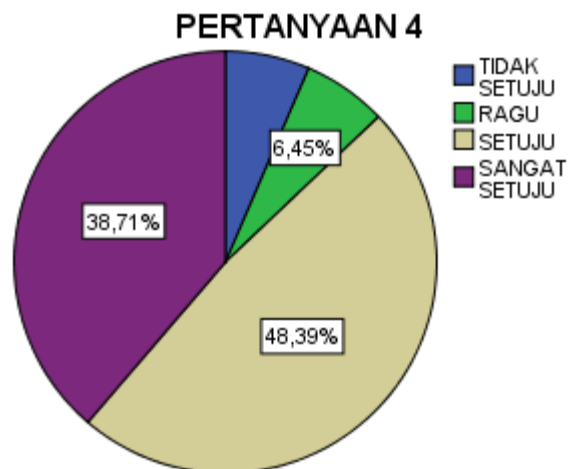
#### **b. Dimensi Afektif**

1. Melaksanakan sholat fardhu tepat waktu

**Tabel. 17 Persentase Jawaban Responden Y4**

	Frequency	Percent
Sangat tidak setuju	0	0%
Tidak setuju	2	6,5%
Ragu-ragu	2	6,5%
Setuju	15	48,4%
Sangat setuju	12	38,7%
Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Juli 2017



Gambar 14 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 4

Dapat diketahui pada tabel 17 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pertanyaan no.4 menunjukkan 12 (38,7%) responden menyatakan sangat setuju (5), 15 (48,4%) responden menyatakan setuju

(4), 2 (6,5%) responden menjawab ragu-ragu (3), 2 (6,5%), responden menjawab tidak setuju, dan 0 (0%) responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pertanyaan keraguan karena jawaban ragu mencapai 87,1%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pertanyaan menunjukkan responden menyatakan bahwa adanya materi dakwah yang disampaikan melalui *whatsapp* dapat memotivasi seseorang untuk melaksanakan sholat fardhu tepat waktu.

## 2. Lebih berbakti kepada orang tua

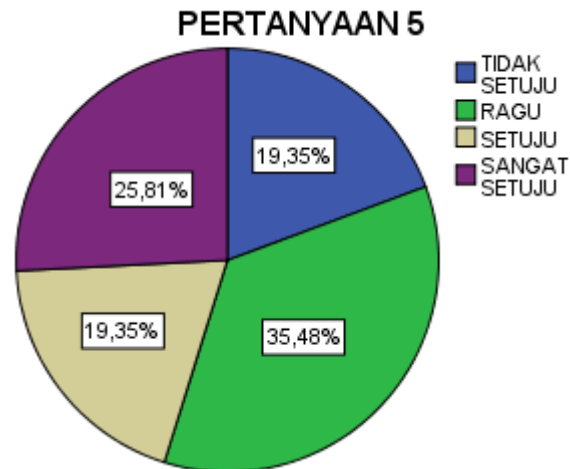
**Tabel. 18 Persentase Jawaban Responden Y5**

	Frequency	Percent
Sangat tidak setuju	0	0%
Tidak setuju	6	19,4%
Valid Ragu-ragu	11	35,5%
Setuju	6	19,4%
Sangat setuju	8	25,8%



Total	31	100.0%
-------	----	--------

Sumber: Data Primer yang Diolah, Juli 2017



Gambar 15 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 5

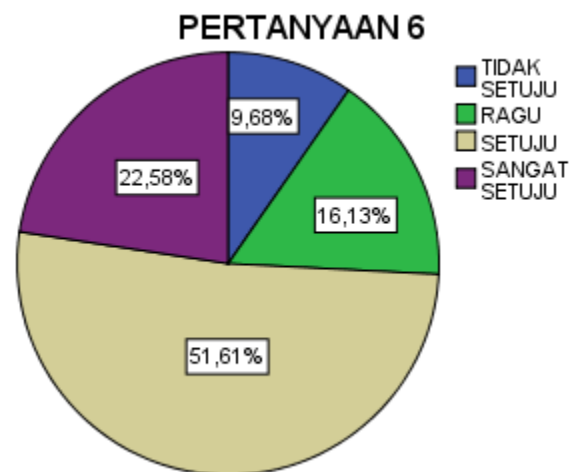
Dapat diketahui pada tabel 18 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pertanyaan no.5 menunjukkan 8 (25,8%) responden menyatakan sangat setuju (5), 6 (19,4%) responden menyatakan setuju (4), 11 (35,5%) responden menjawab ragu-ragu (3), 6 (19,4%), responden menjawab tidak setuju, dan 0 (0%) responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pertanyaan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 45,2%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pertanyaan menunjukkan responden menyatakan bahwa adanya materi dakwah yang disampaikan melalui *whatsapp* dapat membuat seseorang lebih berbakti kepada kedua orang tua.

## 3. Meningkatkan jiwa kesosialan dalam masyarakat

**Tabel. 19 Persentase Jawaban Responden Y6**

	Frequency	Percent
Sangat tidak setuju	0	0%
Tidak setuju	3	9,7%
Valid Ragu-ragu	5	16,1%
Setuju	16	51,6%
Sangat setuju	7	22,6%
Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Juli 2017



Gambar 16 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 6

Dapat diketahui pada tabel 19 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pertanyaan no.6 menunjukkan 7 (22,6%) responden menyatakan sangat setuju (5), 16 (51,6%) responden menyatakan setuju (4), 5 (16,1%) responden menjawab ragu-ragu (3), 3 (9,7%), responden menjawab tidak setuju, dan 0 (0%) responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pertanyaan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 74,2%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pertanyaan menunjukkan responden menyatakan bahwa adanya materi dakwah yang disampaikan melalui *whatsapp* dapat membuat seseorang lebih bersosial kepada masyarakat.

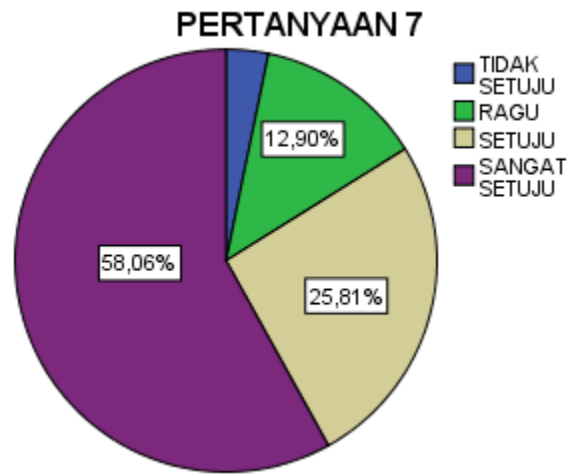
#### 4. Dapat berlemah lembut dalam bertutur kata

Tabel. 20 Persentase Jawaban Responden Y7

	Frequency	Percent
Sangat tidak setuju	0	0%
Tidak setuju	1	3,2%
Valid Ragu-ragu	4	12,9%

Setuju	8	25,8%
Sangat setuju	18	58,1%
Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Juli 2017



Gambar 17 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 7

Dapat diketahui pada tabel 20 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pertanyaan no.7 menunjukkan 18 (58,1%) responden menyatakan sangat setuju (5), 8 (25,8%) responden menyatakan setuju (4), 4 (12,9%) responden menjawab ragu-ragu (3), 1 (3,2%), responden menjawab tidak setuju, dan 0 (0%) responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pertanyaan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 83,9%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pertanyaan menunjukkan responden menyatakan bahwa adanya materi dakwah yang

disampaikan melalui *whatsapp* dapat membuat seseorang lebih bersosial kepada masyarakat

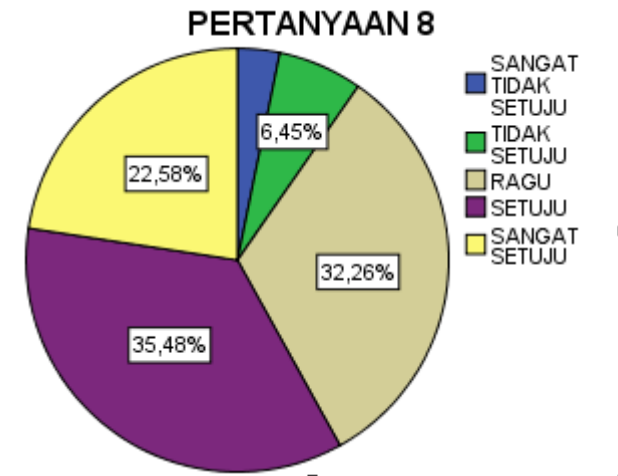
**c. Dimensi Behavioral**

1. Dapat mengendalikan diri

**Tabel. 21 Persentase Jawaban Responden Y8**

	Frequency	Percent
Sangat tidak setuju	1	3,2%
Tidak setuju	2	6,5%
Valid Ragu-ragu	10	32,3%
Setuju	11	35,5%
Sangat setuju	7	22,6%
Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Juli 2017



Gambar 18 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 8

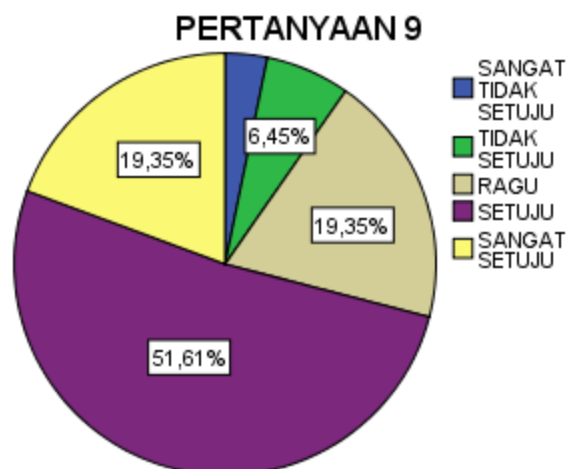
Dapat diketahui pada tabel 20 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pertanyaan no.8 menunjukkan 7 (22,6%) responden menyatakan sangat setuju (5), 11 (35,5%) responden menyatakan setuju (4), 10 (32,3%) responden menjawab ragu-ragu (3), 2 (6,5%), responden menjawab tidak setuju, dan 1 (3,2%) responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pertanyaan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 58,1%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pertanyaan menunjukkan responden menyatakan bahwa adanya materi dakwah yang disampaikan melalui *whatsapp* dapat membuat seseorang pandai mengendalikan diri.

## 2. Merasa lebih tenang

**Tabel. 22 Persentase Jawaban Responden Y9**

	Frequency	Percent
Sangat tidak setuju	1	3,2%
Tidak setuju	2	6,5%
Valid Ragu-ragu	6	19,4%
Setuju	16	51,6%
Sangat setuju	6	19,4%
Total	31	100.0%

Sumber: Data Primer yang Diolah, Juli 2017



Gambar 19 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 9

Dapat diketahui pada tabel 22 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pertanyaan no.9 menunjukkan 6 (19,4%) responden menyatakan sangat setuju (5), 16 (51,6%) responden menyatakan setuju (4), 6

(19,4%) responden menjawab ragu-ragu (3), 2 (6,5%), responden menjawab tidak setuju, dan 1 (3,2%) responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pertanyaan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 71%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pertanyaan menunjukkan responden menyatakan bahwa adanya materi dakwah yang disampaikan melalui *whatsapp* dapat membuat seseorang merasa lebih tenang.

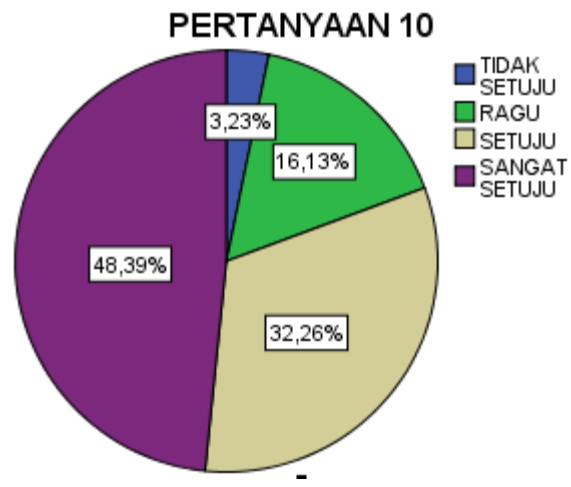
3. Memiliki hubungan yang baik terhadap orang lain.

**Tabel. 23 Persentase Jawaban Responden Y10**

	Frequency	Percent
Sangat tidak setuju	0	0%
Tidak setuju	1	3,2%
Valid Ragu-ragu	5	16,1%
Setuju	10	32,3%
Sangat setuju	15	48,4%
Total	31	100.0%

Sumber data primer yang diolah, Juli 2017





Gambar 20 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 10

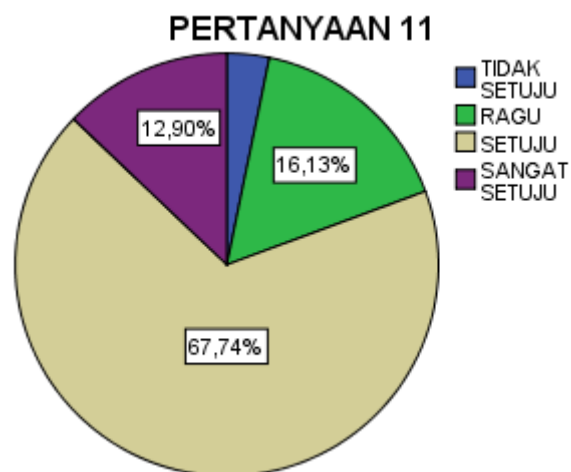
Dapat diketahui pada tabel 23 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pertanyaan no.10 menunjukkan 15 (48,4%) responden menyatakan sangat setuju (5), 10 (32,3%) responden menyatakan setuju (4), 5 (16,1%) responden menjawab ragu-ragu (3), 1 (3,2%), responden menjawab tidak setuju, dan 0 (0%) responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pertanyaan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 80,7%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pertanyaan menunjukkan responden menyatakan bahwa adanya materi dakwah yang disampaikan melalui *whatsapp* dapat membuat seseorang memiliki hubungan yang baik terhadap orang lain.

## 4. Menjadi lebih disiplin

**Tabel. 24 Persentase Jawaban Responden Y11**

	Frequency	Percent
Sangat tidak setuju	0	0%
Tidak setuju	1	3,2%
Valid Ragu-ragu	5	16,1%
Setuju	21	67,7%
Sangat setuju	4	12,9%
Total	31	100.0%

Sumber data primer yang diolah, Juli 2017



Gambar 21 *Pie Chart* Jawaban Kuesioner Nomor 21

Dapat diketahui pada tabel 24 dan *pie chart* tersebut, bahwa dari 31 responden yang menjawab indikator pertanyaan no.11 menunjukkan 4 (12,9%) responden menyatakan sangat setuju (5), 21 (67,7%) responden menyatakan setuju (4), 5 (16,1%) responden menjawab ragu-ragu (3), 1 (3,2%), responden menjawab tidak setuju, dan 0 (0%) responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pertanyaan positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 80,6%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi pertanyaan menunjukkan responden menyatakan bahwa adanya materi dakwah yang disampaikan melalui *whatsapp* dapat membuat seseorang menjadi lebih disiplin.

## **B. Uji Normalitas**

Uji normalitas data digunakan untuk melihat apakah data dari penelitian berdistribusi normal akan memiliki pola distribusi normal atau tidak untuk menafsirkan normalitas data maka dibuat terlebih dahulu:<sup>51</sup>

1. Tentukan hipotesis

Ho = Data Berdistribusi Normal

H1 = Data Berdistribusi Tidak Normal

2. Jika Sig < 0,05 Ho ditolak
3. Jika Sig > 0,05 Ho diterima

## **Tabel 25**

---

<sup>51</sup>Aryanto Rudi, Paduan Pratikum SPSS

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Variabel X	Variabel Y
N		31	31
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	41,77	41,84
	Std. Deviation	5,239	5,348
Most Extreme Differences	Absolute	,148	,141
	Positive	,128	,125
	Negative	-,148	-,141
Test Statistic		,148	,141
Asymp. Sig. (2-tailed)		,080 <sup>c</sup>	,121 <sup>c</sup>

Dari hasil uji output normalitas diatas bahwa Asymp.Sig sebesar  $0,121 > 0,05$  artinya  $H_0$  diterima dan dapat diambil kesimpulan bahwa  $H_0$  diterima artinya  $H_1$  ditolak maka kesimpulannya adalah data berdistribusi normal.

## C. Uji Hipotesis Statistik

### 1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Setiap regresi dipastikan terdapat korelasinya, menurut Mustikoweni dalam buku *Teknik Praktis Riset Komunikasi* oleh Rachmat Kriyantono menyatakan bahwa regresi ditujukan untuk mencari bentuk hubungan dua variabel atau lebih dalam bentuk fungsi atau persamaan sedangkan analisis korelasi bertujuan untuk mencari derajat keeratan hubungan dua variabel atau lebih.<sup>52</sup> Berdasarkan penjelasan tersebut, maka untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh antara variabel X dan Y dalam

<sup>52</sup>Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset komunikasi*, (Jakarta: Prenada media Group, 2006), Cet Ke-2, h. 179.

bentuk persamaan, digunakanlah rumus statistik regresi linier sederhana dengan menggunakan SPSS versi 22, yaitu sebagai berikut :

**Tabel 25**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,399	6,108		2,357	,025
	Variabel X	,657	,145	,643	4,526	,000

Berdasarkan analisis data yang dilakukan penulis, tabel diketahui besarnya nilai  $t = 2.357$  sedangkan nilai signifikan sebesar  $= 0,025$  lebih kecil dari signifikan  $0,05$  artinya nilai tersebut signifikan karena kurang dari  $0,05$ . Hal ini berarti bahwa ada keefektifan yang signifikan antara variabel *whatsapp* sebagai media dakwah. Dari tabel tersebut terdapat kolom B (constan) nilainya sebesar  $14,399$  sedangkan untuk nilai variabel X (*whatsapp*) sebesar  $0,657$  sehingga diperoleh persamaan regresi linier sederhana (Efektivitas *WhatsApp* sebagai Media Dakwah).

$$Y = a + bX$$

$$\text{Jadi, } Y = 14,399 + 0,657 X$$

Setelah mengetahui kedua variabel X berpengaruh terhadap Y, selanjutnya menentukan besarnya korelasi atau hubungan antara variabel X dan Y seperti di bahwa pada tabel berikut :

**Tabel 26****Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,643 <sup>a</sup>	,414	,394	4,079	,414	20,486	1	29	,000

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa pada kolom R Square diperoleh nilai 0,414 (41,4%) hal ini menunjukkan whatsapp memiliki tingkat keefektifitas sebagai media dakwah sebesar 41%. Sedangkan sisanya 59% dipengaruhi faktor lain diluar dari penelitian ini .Penulis menguji seberapa kuat hubungan atau pengaruh variabel X terhadap Y, maka digunakanlah nilai koefisien korelasi, yaitu:

**Tabel 27****Interpretasi Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Cukup
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Berdasarkan nilai koefisien korelasi tersebut,<sup>53</sup> maka nilai 0,414 termasuk korelasi yang cukup sifat hubungannya positif.

## 2. Uji Hipotesis (Uji t)

Setelah koefisien regresi diperoleh, maka dilakukanlah uji hipotesis yaitu uji t untuk menguji perbedaan dua sampel pada variabel interval/rasio. Dan untuk mengetahui apakah pengaruh antara variabel X dengan Y signifikan atau tidak signifikan.

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui bahwa angka 0,657 pada *Standardized Coefficients* (Beta) menunjukkan tingkat korelasi *whatsapp* dan efektivitas media dakwah. Sedangkan nilai t sebesar  $t = 4,526$  digunakan untuk pengujian hipotesis apakah ada pengaruh yang signifikan atau tidak signifikan antara *whatsapp* dan efektivitas media dakwah.

Maka untuk pengujian nilai t dengan merumuskan hipotesis sebagai berikut:<sup>54</sup>

### a. Hipotesis yang dirumuskan

$H_0$  (Hipotesis Nihil) : Tidak ada tingkat keefektifan *whatsapp* sebagai media dakwah

<sup>53</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2010), h. 65.

<sup>54</sup> Ridwan, *Op. Cit.*, h. 144.

$H_1$  (Hipotesis Alternatif) :Ada tingkat keefektifan *whatsapp* sebagai media dakwah.

Kriteria pengujian (berdasarkan nilai t)

1. Jika nilai t hitung < t tabel 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.
2. Jika nilai t hitung > t tabel 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  diterima.

Untuk menghitung nilai t tabel dengan uji dua pihak karena hipotesis tidak menunjukkan arah tertentu.<sup>55</sup> Dengan signifikansi = 0,05/2 (uji dua pihak)= 0,025 dengan df (*degree of freedom*)<sup>56</sup> = n-2 = 31-2 = 29. Maka t tabel adalah 2,045 (lihat tabel t).

Kesimpulan dari hasil analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan program SPSS versi 22 diperoleh harga t hitung sebesar t =4,526>2,045 dan signifikansi adalah 0,025 maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, dapat disimpulkan bahwa *whatsapp* memiliki tingkat efektif sebagai media dakwah.

### 3. Pembahasan

Dalam penelitian ini, responden penulis adalah anggota Forum Kajian Islam Mahasiswa Palembang sebanyak 31 responden yang dibagikan kusioner. Kusioner tersebut terdiri dari 21 pertanyaan, yaitu 10 pertanyaan untuk *WhatsApp* (X) dan 11 pernyataan untuk variabel efektivitas sebagai media dakwah (Y). Untuk mengetahui tingkat keefektifan *whatsapp* sebagai media dakwah, penelitian ini telah melakukan

<sup>55</sup>Sofiyan Siregar, *Op. Cit.*,h.158.

<sup>56</sup>Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), Cet Ke-24, h. 285.



perhitungan dengan bantuan program SPSS versi 22 dan untuk menguji hipotesis digunakan regresi linier sederhana. Penjelasannya sebagai berikut:

1. Dapat diambil kesimpulan pada tabel 4-24 bahwa jawaban responden semuanya diatas 55 % hal ini menyatakan bahwa indikator dan dimensi serta variabel bernilai positif dan artinya memiliki pengaruh yang cukup terhadap tingkat keefektifan *whatsapp* sebagai media dakwah
2. Dari hasil analisis pada tabel 25 dengan menggunakan rumus regresi linier sederhana antara *whatsapp* (X) terhadap tingkat keefektifan sebagai media dakwah. diperoleh persamaan, Jadi,  $Y = 14,399 + 0,657 X$
3. Pada tabel 26 pada kolom R square diperoleh nilai 0,414 (41%) hal ini menunjukkan *whatsapp* memiliki tingkat keefektifan sebesar 41% sebagai media dakwah. Sedangkan sisanya 59% terdapat faktor lain di luar dari penelitian ini. Artinya besarnya korelasi yang terjadi antara variabel X dan Y berpengaruh positif cukup atau sedang.
4. Perbedaan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel yaitu ( $t = 4,526 > 2,045$ ) dan signifikansi adalah 0,000. Artinya adanya tingkat keefektifan *WhatsApp* sebagai media dakwah

Dapat disimpulkan dari beberapa uji diatas bahwa *WhatsApp* memiliki tingkat keefektifan yang cukup sebagai media dakwah. Seiring dengan perkembangan zaman, agar ilmu dakwah tidak punah maka dituntut untuk mengikuti perputara era. Adanya aplikasi *WhatsApp* sebagai media dakwah terbukti memberikan tingkat yang

cukup efektif. Sama halnya dengan bermajelis ilmu secara langsung, belajar ilmu agama dari media aplikasi *WhatsApp* juga memberikan pengaruh yang positif.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data peneliti, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

Penelitian ini memiliki 21 item, untuk uji validitas menggunakan r tabel *product moment* dengan taraf signifikan sebesar 0,05 dengan rumus *degree of freedom* yaitu  $df=n-2$ . Sehingga didapat r tabel pada penelitian ini adalah 0,355. Selanjutnya uji reabilitas pada variabel X bernilai 0,817 dan variabel Y bernilai 0,777.

Untuk uji normalitas diketahui bahwa jika  $Sig > 0,05$  maka data normal. Maka dalam penelitian ini nilai sig sebesar 0,121. Artinya nilai  $sig > 0,05$ , maka data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Selain itu, nilai t sebesar 2,357 dan signifikan sebesar 0,025 lebih kecil dari signifikan 0,05. Hal ini berarti bahwa ada keefektifan yang signifikan antara variabel *whatsapp* (X) sebagai media dakwah (Y).

Setelah mengetahui kedua variabel X berpengaruh terhadap Y, selanjutnya menentukan besarnya korelasi atau hubungan antara variabel X dan variabel Y. Maka didapatlah nilai R Square sebesar 0,414 (41%). Hal ini menunjukkan *whatsapp* memiliki tingkat keefektifitas sebagai media dakwah sebesar 41%. Sedangkan

sisanya 59% dipengaruhi faktor lain diluar dari penelitian ini. Penulis menguji seberapa kuat hubungan atau pengaruh variabel X terhadap Y, maka terdapat nilai 0,414 termasuk korelasi yang CUKUP sifat hubungannya positif.

Penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana, diperoleh harga t hitung sebesar  $t = 4,526 > 2,045$  dan signifikan adalah 0,025 maka dapat disimpulkan bahwa *whatsapp* memiliki tingkat efektif sebagai media dakwah.

## **B. Saran**

Dengan kerendahan hati dan tanpa mengurangi rasa hormat kepada pihak manapun, penulis mengajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Kepada pihak Forum Kajian Islam Mahasiswa (Forkisma) Palembang dalam menyiarkan dakwah dengan memanfaatkan media yang lebih luas dan lebih banyak memuat materi mengenai adab-adab.
2. Untuk anggota Forkisma ada baiknya selain di *whatsapp* juga datang ke majelis taklim untuk menuntut ilmu agama.
3. Bagi peneliti yang baru untuk dapat mengembangkan lagi penelitian ini seiring dengan perkembangan *whatsapp*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, MK. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Terbaru*. Jakarta: Pustaka Sandro Jaya.
- Ali Aziz, Moh. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana. 2012.
- Amin, Munir Samsul. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Cahaya Prima Sentosa. 2014.
- Arifin, Hilda Farida. *Pengaruh WhatsApp terhadap Sikap Tertutup Mahasiswa*. UIN Sunan Kalijaga. 2011.
- Arsi, Tanti Dani. *Efektivitas Media Massa Sebagai Saluran Pesan Dakwah (Studi Komparasi Novel Negeri 5 Menara dan Film Negeri 5 Menara)*. UIN Sunan Kalijaga. 2013.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*. Bandung: CV. Penerbit Diponegoro. 2010.
- Faiza dan H. Lalu Muchsin Effendi. *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2012.
- Ilaihi, Wahyu. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2010.
- Ilaihi, Wahyu dan Polah, Harjani Hefni. *Pengantar Sejarah Dakwah*. Jakarta: Kencana. 2007.
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset komunikasi*. Jakarta: Prenada media Group. 2006.

- Muhtadi, Saeful Asep. *Komunikasi Dakwah*. Bandung: PT. Rodakarya. 2012.
- Munir, M dan Wahyu Ilaihi. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana. 2006.
- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada. 2014.
- Priyatno, Duwi. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom. 2010.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakrya. 2007.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2011.
- Ridwan. *Dasar-dasar Statistika*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013.
- Rudi, Aryanto . *Paduan Pratikum SPSS*
- Siregar, Sofiyan. *Statistika Deskriptif untuk penelitian*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. 2011.
- Sudijono, Anas. *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2010.
- Suparta, Munzier. *Metode Dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Media. 2009.
- Vivian, John. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri, 2008.

**Sumber Lain :**

AD ART Forkisma

**Internet :**

[www.ForkismaPalembang.com](http://www.ForkismaPalembang.com)

Tekno.kompas.com/read/2014/02/21/0950207/CEO.WhatsApp.dari.tukang.sapu.jadi.miliarder, Jumat 20 Januari 2017, pukul 14.00 wib

KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG  
NOMOR : TAHUN 2017

TENTANG

PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI STRATA SATU ( S.1 )  
BAGI MAHASISWA TINGKAT AKHIR FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA  
DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UIN RADEN FATAH PALEMBANG

- Menimbang : 1. Bahwa untuk mengakhiri Program sarjana (S1) bagi Mahasiswa, maka perlu ditunjuk Tenaga ahli sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing kedua yang bertanggung jawab dalam rangka penyelesaian Skripsi Mahasiswa.  
2. Bahwa untuk lancarnya tugas pokok itu, maka perlu dikeluarkan Surat Keputusan Dekan (SKD) tersendiri. Dosen yang ditunjuk dan tercantum dalam SKD ini memenuhi syarat untuk melaksanakan tugas tersebut.
- Mengingat : 1. Undang-undang No. 2 Tahun 1989 tentang system Pendidikan Nasional;  
2. Peraturan Pemerintah No. 30 Tahun 1990 tentang Pendidikan tinggi;  
3. Keputusan Menteri Agama RI No. 53 Tahun 2015 tentang Organisasi dan tata kerja Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang;  
4. Keputusan Menteri Agama RI No. 62 tahun 2015 tentang statuta UIN Raden Fatah Palembang;  
5. Keputusan Menteri Agama RI No. 27 Tahun 1995 tentang Kurikulum Nasional Program Sarjana (S1) Universitas Islam Negeri Raden Fatah ;  
6. Keputusan Menteri Agama RI No. 232 Tahun 1991 yang telah disempurnakan dengan Keputusan Menteri Agama No. 298 Tahun 1993.

MEMUTUSKAN

**MENETAPKAN**

- Pertama : Menunjuk sdr. : 1 Drs. Aliasari, M. Pd.I NIP : 19610828 199101 1 001  
2 Reza Aprianti, MA NIP : 19850223 201101 2 010


Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang masing-masing sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing Kedua Skripsi Mahasiswa :

Nama : SALLY RUSDIANA PUTRI  
NIM/Jurusan : 13 53 0057 / Jurnalistik  
Semester/Tahun : GANJIL / 2016 - 2017  
Judul Skripsi : Efektifitas *Whatsapp* Sebagai Media Dakwah.

- Kedua : Berdasarkan masa studi tanggal 18 bulan Januari Tahun 2018.  
Ketiga : Keputusan ini mulai berlaku satu tahun sejak tanggal ditetapkan dan akan ditinjau kembali apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini.

DITETAPKAN DI PALEMBANG  
PADA TANGGAL 18 - 01 - 2017

AN. REKTOR UIN RADEN FATAH PALEMBANG  
DEKAN FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI,

  
R. KUSNADI

**TEMBUSAN :**

1. Rektor UIN Raden Fatah Palembang ;
2. Ketua Jurusan KPI / BPI / Jurnalistik / Sistem Informasi ;  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang ;
3. Mahasiswa yang bersangkutan.



## LEMBAR KONSULTASI

Nama : Sally Rusidina Putri  
 Nim : 13530053  
 Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/ Jurnalistik  
 Judul Skripsi : Efektivitas WhatsApp Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Anggota Forum Kajian Islam Mahasiswa Palembang)  
 Pembimbing I : Drs. Aliasan M.Pd.I

No	Tanggal	Hal Yang Dikonsultasikan	Saran	Paraf
1.	16 / 1 2019	Revisi Proposal	Can bahan 15 4 lain	AF
2.	6/2 2019	Bab 7	See proposal.	AF
3.	7/4 2019	Bab 2	Perbaiki Bab II	AF AF
4.	10/5 2019	Bab 2	Re. Bab 2. Campur	AF AF
5.	6/6 2019	Bab III	Perbaikan Bab III	AF AF
6.	13/6 2019	Bab III	See Bab III can bahan lain.	AF AF
7.	20/6 2019	Bab III	See Bab III lanjut kan Bab IV	AF AF
8.	12/7 2019	Bab IV	See Bab IV. dan lanjut ke Bab V.	AF
9.	24/7 2019	Bab V	See Bab V. lanjut campuran 2 lain	AF




## LEMBAR KONSULTASI

Nama : Sally Rusidina Putri  
 Nim : 13530057  
 Fakultas/ jurusan : Dakwah dan Komunikasi/ Jurnalistik  
 Judul Skripsi : Efektivitas WhatsApp Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Anggota Forum Kajian Islam Mahasiswa Palembang)  
 Pembimbing I : Aliasan M,ag

NO.	Tanggal	Hal yang Dikonsultasikan	Saran	Paraf
10	24/2017 /7	Ace sudah menyebarkan Munasapad di Fakultas Babel		AP 7

## LEMBAR KONSULTASI






Nama : Sally Rusidina Putri  
 Nim : 13530053  
 Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/ Jurnalistik  
 Judul Skripsi : Efektivitas WhatsApp Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Anggota Forum Kajian Islam Mahasiswa Palembang)  
 Pembimbing I : Reza Aprianti M.A

No	Tanggal	Hal Yang Dikonsultasikan	Saran	Paraf
1.	12/1	Revisi Proposal	Acc	
2.	2/2	Bab 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memperjelas Urutan Sub pembahasan</li> <li>- Penggunaan Catatan kaki</li> <li>- Penyederhanaan bahan / Materi</li> <li>- Tampilan gambar lebih Menarik</li> <li>- Kejelasan Teori</li> </ul>	
3	5/4 2017	Bab 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menambahkan kearifan lokal</li> <li>- Sumber gambar</li> <li>- Cara kerja teori dalam praktik</li> <li>- Penambahan skema penelitian</li> </ul>	






## LEMBAR KONSULTASI

Nama : Sally Rusidina Putri  
 Nim : 13530057  
 Fakultas/ jurusan : Dakwah dan Komunikasi/ Jurnalistik  
 Judul Skripsi : Efektivitas WhatsApp Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Anggota Forum Kajian Islam Mahasiswa Palembang)  
 Pembimbing II : Reza Aprianti, M.A

NO.	Tanggal	Hal yang Dikonsultasikan	Saran	Paraf
4.	8/ Mei 2017	BAB II	ACC BAB II	
5	2/ Juni 2017	BAB III.	①. Gambar. Untuk objek penelitian ②. Foto letak Struktur Organisasi ③. tambah Contoh pesan dakwah	
6	12/ Juni 2017	BAB III	① Penambahan ketertarikan Struktur Organisasi ② Matriks Lambang Organisasi	
7	16/ Juni 2017	BAB III	ACC BAB III	
8	11/ Juli 2017	BAB II	Konsultasi Kurator	

## LEMBAR KONSULTASI

Nama : Sally Rusidina Putri  
 Nim : 13530057  
 Fakultas/ jurusan : Dakwah dan Komunikasi/ Jurnalistik  
 Judul Skripsi : Efektivitas WhatsApp Sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Anggota Forum Kajian Islam Mahasiswa Palembang)  
 Pembimbing II : Reza Aprianti, M.A

NO.	Tanggal	Hal yang Dikonsultasikan	Saran	Paraf
11	1 Juli 2017	BAB IV	ACC BAB IV	
12	1 Juli 2017	BAB V	Y kesimpulannya hanya disesuaikan lg dgn Rumus masalah	
13	1 Juli 2017	BAB V	ACC BAB V	





**FORUM KAJIAN ISLAM MAHASISWA  
PALEMBANG**

**JALAN LUNJUK JAYA, LOROK PAKJO,  
PALEMBANG**

Nomor : Form.05/Frks.04/2017

Perihal : Perizinan Penelitian

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Raden Fatah Palembang

Di

Tempat,

*Assalamu 'alaykum warahmatullahi wabarakatuh,*

Berdasarkan surat yang diterima pada 30 Maret 2017, maka kami menerima mahasiswa bernama Sally Rusidina Putri, NIM. 13530057, Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi untuk meneliti di forum kajian islam mahasiswa (Forkisma) Palembang.

Demikianlah surat ini kami sampaikan, *Jazaakumullahu Khoiron.*

*Wassalam,*

Palembang, April 2017

Muhammad Ajie Prastyo

Ketua Forkisma Palembang

## LEMBAR KONSULTASI REVISI

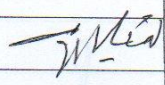
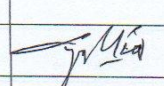
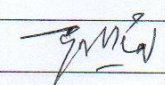
Nama : Salfy Rusidina Putri

NIM : 13530057

Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/ Jurnalistik

Judul Skripsi : Efektivitas WhatsApp Sebagai Media Dakwah Kepada  
Anggota Forum Kajian Islam Mahasiswa Palembang

Penguji I : Drs. Syahir Badruddin

	Tanggal	Hal yang Dikonsultasikan	Saran	Paraf
1.	10-8-2018	Kesimpulan di Perjelas.		
2.	10-8-2018	Kata-kata pada halaman 100 disederhanakan		
3.	10-8-2018	Penambahan Saran		







## LEMBAR KONSULTASI REVISI

Nama : Salfy Rusidina Putri  
 NIM : 13530057  
 Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/ Jurnalistik  
 Judul Skripsi : Efektivitas WhatsApp Sebagai Media Dakwah Kepada Anggota Forum Kajian Islam Mahasiswa Palembang  
 Penguji I : Suryati, M.Pd

Tanggal	Hal yang Dikonsultasikan	Saran	Paraf
10-0-20	- cover - WA - Penulisan - judul		

*Sulak sp. b. m.*  
*Alu*  
*Lib. digital*

**PERMOHONAN PENJILIDAN  
SKRIPSI**

**Hal : Permohonan Penjilidan Skripsi**

Kepada YTH

Dekan Fakultas Dakwah dan  
Komunikasi

UIN Raden Fatah Palembang

*Assalamu'alaykum, Wr.Wb*

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya, kami berpendapat bahwa skripsi ::

Nama : Sally Rusidina Putri

NIM : 13530057

Jurusan : Jurnalistik

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Judul Skripsi : **Efektivitas WhatsApp sebagai Media Dakwah (Studi Kasus Anggota Forum Kajian Islam Mahasiswa Palembang)**

Sudah disetujui untuk dijilid. Demikianlah perihal ini kami buat dengan sebenarnya, atas perhatian dan kerjasamanya saya ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaykum, Wr.Wb*

Palembang, Agustus 2018

Penguji I

Dr. Syahir Badruddin, M.S.I

NIP. 195212231983031003

Penguji II

Suryati, M.Pd

NIP. 197209212006041002